

Sebastian Kończak

# PHOTOSHOP DLA E-COMMERCE I SOCIAL MEDIA



# Spis treści

<b>Wstęp</b>	9
<b>Rozdział 1. Teoria na początek</b>	13
1.1. Zasady kompozycji w e-commerce	14
1.1.1. Nagłówek, treść, stopka	14
1.1.2. Logo i logotyp	15
1.1.3. Wyszukiwarka	15
1.1.4. Linki i odnośniki	16
1.1.5. Przyciski	16
1.1.6. Produkty	16
1.1.7. Zdjęcia produktowe	18
1.1.8. Proces zakupowy	18
1.1.9. Pusta przestrzeń	19
1.2. Psychologia koloru w e-commerce	20
1.2.1. Dobre praktyki kolorystyczne — tło	24
1.2.2. Dobre praktyki kolorystyczne — przyciski i inne kluczowe elementy	24
1.2.3. Dobre praktyki kolorystyczne — komunikaty dla klienta	24
1.2.4. Dobre praktyki kolorystyczne — tekst	24
1.3. 10 przykazań efektywnej pracy w Photoshopie	25
1.4. Dobre nawyki podczas pracy w systemach Windows i Mac OS	32
1.4.1. Stwórz strukturę katalogów i grupuj pliki tematycznie	32
1.4.2. Sprzątaj od czasu do czasu	32
1.4.3. Archiwizuj dane	33
1.4.4. Używaj programu do zarządzania zadaniami	33
1.4.5. Działaj bezpiecznie i rozsądnie	33
1.4.6. Korzystaj z Dropboxa do współpracy zdalnej	33
1.4.7. Korzystaj z FileZilla do przesyłania plików na serwer	33
1.4.8. Aktualizuj oprogramowanie	34

<b>Rozdział 2.</b>	<b>Tworzenie grafiki dla sklepu internetowego</b>	<b>35</b>
2.1.	Dobór kolorów	36
2.1.1.	Reguły doboru kolorów	36
2.1.2.	Korzystanie z gotowych zestawów kolorystycznych	39
2.1.3.	Tworzenie własnych zestawów kolorystycznych	40
2.1.4.	Tworzenie zestawów w aplikacji Adobe Color CC	41
2.2.	Dobór fontów	44
2.2.1.	Serwisy z darmowymi fontami	45
2.2.2.	Google Fonts	47
2.2.3.	Adobe Typekit	48
2.2.4.	Brick.im	50
2.3.	Tworzenie szkieletów i projektów stron internetowych	50
2.3.1.	Pomiary	52
2.3.2.	Podstawowe kształty	55
2.3.3.	Tworzenie i formatowanie tekstu	57
2.3.4.	Tworzenie struktury	60
2.4.	Tworzenie elementów graficznych sklepu	62
2.4.1.	Logo	62
2.4.2.	Fawikona	66
2.4.3.	Ikony	68
2.4.4.	Eksport gotowych plików	71
2.4.5.	Zapis do internetu	76
2.5.	Sam nie podołasz, czyli współpraca z programistą	78
<b>Rozdział 3.</b>	<b>Edycja fotografii produktowej</b>	<b>81</b>
3.1.	Tworzenie dobrych zdjęć produktowych	82
3.1.1.	Packshoty	85
3.1.2.	Zdjęcia produktów w środowisku użycia	86
3.1.3.	Zdjęcia z ludźmi	86
3.1.4.	Makro i powiększenia	87
3.1.5.	Kalibracja monitora	88
3.2.	Zgrywanie zdjęć z aparatu lub karty pamięci	90
3.3.	Zarządzanie zbiorem fotografii	92
3.3.1.	Przeglądanie zdjęć	92
3.3.2.	Ocenianie i grupowanie zdjęć	95
3.4.	Obróbka zdjęć w Camera Raw	98
3.4.1.	Korekcje niedoskonałości obiektywu	100
3.4.2.	Kadrowanie i prostowanie [wideo]	103

3.4.3. Balans bieli, czyli nastrój zdjęć [wideo]	106
3.4.4. Korekcja jasności i kontrastu [wideo]	108
3.4.5. Korekcja barwna [wideo]	115
3.4.6. Wyostanie i redukcja szumu [wideo]	117
3.4.7. Podnoszenie atrakcyjności zdjęć	121
3.4.8. Miejscowe korekcje tonalno-barwne [wideo]	124
3.4.9. Retusz [wideo]	129
3.4.10. Eksport i kończenie pracy z Camera Raw	132
3.5. Edycja zdjęć i grafik w Photoshopie	134
3.5.1. Zmiana rozmiaru obrazu i modyfikowanie rozmiaru tła	134
3.5.2. Kadrowanie [wideo]	136
3.5.3. Tworzenie zoomów	138
3.5.4. Korekcja tonalno-barwna [wideo]	140
3.5.5. Retuszowanie niedoskonałości [wideo]	145
3.5.6. Wyostanie i redukcja potrząśnień [wideo]	148
3.5.7. Wycinanie produktu z tła za pomocą szybkiego zaznaczania [wideo]	150
3.5.8. Wycinanie produktu z tła za pomocą zakresu kolorów [wideo]	152
3.5.9. Wycinanie produktu z tła za pomocą narzędzia Lasso (Lasso)	154
3.5.10. Poprawianie niedoskonałych krawędzi zaznaczenia	155
3.5.11. Fotomontaże i maski [wideo]	157
3.5.12. Znaki wodne	161
<b>Rozdział 4. Tworzenie materiałów promocyjnych</b>	<b>163</b>
4.1. Statyczny baner reklamowy	164
4.2. Animowany baner reklamowy [wideo]	167
4.2.1. Jak można animować w Photoshopie?	167
4.2.2. Animowanie położenia i widoczności	168
4.2.3. Tworzenie łagodnych przejść	169
4.2.4. Eksport animacji	169
4.3. Grafiki promocyjne: slider i hero image	170
4.4. Oferta sklepu w pliku PDF	172
4.5. Reklama graficzna do Google AdWords	173
4.6. Wideo	174
4.6.1. Importowanie i umieszczanie klipów wideo	174
4.6.2. Cięcia	176
4.6.3. Przejścia i efekty	176
4.6.4. Eksport do formatu webowego	177
4.6.5. Eksport do formatu kompatybilnego z YouTube	179



<b>Rozdział 5. Materiały do social media i portali sprzedażowych</b>	<b>181</b>
5.1. Facebook	182
5.1.1. Zdjęcie profilowe	182
5.1.2. Tło fanpage'a	183
5.1.3. Dopasowanie do siebie tła i awatara	183
5.1.4. Wytyczne dla materiałów do wykorzystania w postach	184
5.1.5. Wytyczne dla materiałów zamieszczanych w wydarzeniach	184
5.2. Twitter	185
5.2.1. Zdjęcie profilowe	185
5.2.2. Tło profilu	186
5.2.3. Wytyczne dla materiałów do wykorzystania w tweetach	186
5.3. YouTube	186
5.3.1. Ikona kanału	187
5.3.2. Grafika kanału	187
5.3.3. Tworzenie statycznych plasz do filmów wideo	189
5.4. Google+	189
5.4.1. Zdjęcie profilowe	190
5.4.2. Tło profilu	191
5.5. Pinterest	191
5.5.1. Ikona profilu	192
5.5.2. Wytyczne dla zdjęć	192
5.6. Instagram	192
5.7. LinkedIn	193
5.8. Tumblr	195
5.9. Etsy	196
5.9.1. Zdjęcie profilowe sklepu	196
5.9.2. Baner i zdjęcia w sekcji „O nas”	197
5.9.3. Wytyczne dla zdjęć produktowych	197
5.10. DaWanda	197
5.10.1. Zdjęcie profilowe i baner	198
5.10.2. Wytyczne dla zdjęć produktowych	198
5.11. MyBaze	198
5.11.1. Zdjęcie profilowe	198
5.11.2. Tło sklepu	199
5.11.3. Wytyczne dla zdjęć produktowych	199

<b>Rozdział 6. Automatyzacja i przyspieszanie pracy</b>	<b>201</b>
6.1. Seryjna zmiana nazw plików	202
6.2. Seryjne pomniejszanie zdjęć	203
6.3. Wykorzystywanie operacji	204
6.3.1. Uruchamianie operacji	204
6.3.2. Kontrola działania operacji	205
6.3.3. Nagrywanie i edycja operacji	206
6.3.4. Znaczniki i kroki warunkowe	206
6.4. Seryjne stosowanie operacji	207
6.5. Droplety	209
6.6. Tworzenie serii grafik ze zmiennymi elementami	209
6.6.1. Definiowanie zmiennych	210
6.6.2. Tworzenie zbioru danych	210
6.6.3. Tworzenie zewnętrznego zbioru danych w Windowsie	211
6.6.4. Tworzenie zewnętrznego zbioru danych w Mac OS	213
6.6.5. Eksportowanie gotowych grafik	214
6.7. Skrypty	215
6.7.1. Instalowanie i uruchamianie skryptów	215
6.7.2. ExtendScript Toolkit i podstawy programowania	216
6.7.3. Programowanie czynności i narzędzi Photoshopa	219
6.7.4. ScriptingListener, czyli jak programować nieprogramowalne	224
6.7.5. Co dalej?	226
<b>Rozdział 7. Tabele pomocnicze</b>	<b>227</b>
<b>Skorowidz</b>	<b>233</b>



# Wstęp

Napisałem tę książkę, ponieważ na polskim rynku wydawniczym nie ma żadnej pozycji o wykorzystaniu Photoshopa w działalności e-commerce i social media, a przecież te dziedziny od kilkunastu lat przechodzą w Polsce bujny rozwój. Wiedza o tym, jak wykorzystać Photoshopa do tych zadań, zasługuje na poważne i wyczerpujące omówienie. Coraz więcej pracowników firm musi umieć pracować w Photoshopie przynajmniej na podstawowym poziomie. Klienci e-sklepów z kolei coraz chętniej chcą oglądać wizualia, infografiki i zdjęcia, a nie mają czasu czy cierpliwości na czytanie tekstu. Świat — a za nim także i biznes — staje się coraz bardziej obrazkowy.

Trudność polega na tym, że w tym wypadku nie można pisać jedynie o Photoshopie. E-commerce i social media to zlepek technologii, umiejętności i doświadczeń z różnych branż, dlatego w tej książce Photoshop i wykonywane w nim zadania będą się przeplatać z poradami i wytycznymi dotyczącymi prawidłowej, efektywnej i skutecznej promocji działalności e-commerce oraz social media, tak by razem stworzyć spójny i całościowy poradnik.

## Dla kogo jest ta książka?

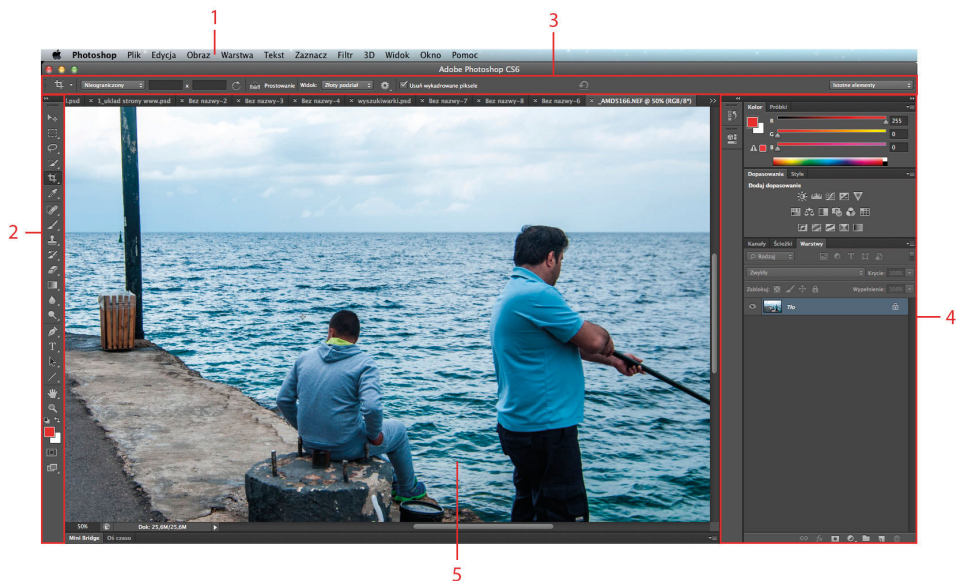
Przede wszystkim jest to książka dla ludzi, którzy mają lub wkrótce będą mieć Photoshopa i chcą go wykorzystać do swojej pracy. Książka powstała z myślą o pracownikach i właścicielach sklepów internetowych, grafikach i fotografach współpracujących ze sklepami e-commerce. Wiedza w niej zawarta z pewnością przyda się również sprzedającym na portalach aukcyjnych i sprzedażowych (Allegro, Etsy, DaWanda itp.), a także pracownikom działów marketingu i promocji firm oraz social media „ninjom”.

## Co trzeba umieć i posiadać przed rozpoczęciem lektury?

W tej książce zakładam, że masz dostęp do Photoshopa w wersji minimum CS4 w polskiej lub angielskiej wersji językowej. By wykorzystać wszystkie omówione tutaj techniki i narzędzia, potrzebujesz wersji minimum CS6. Jeśli nie masz Photoshopa, wejdź na stronę [www.adobe.com/pl/creativecloud.html](http://www.adobe.com/pl/creativecloud.html) i kliknij w odnośnik *Zacznij okres próbny*. Z listy dostępnych aplikacji wybierz Photoshopa i kliknij w przycisk poniżej. Załóż konto Adobe ID i zainstaluj aplikację Creative Cloud. Następnie w tej aplikacji — z zakładki *Apps* — zainstaluj Photoshopa, Bridge'a i ExtendScript Toolkit.

Przyjmuję też, że masz dostęp do cyfrowego aparatu fotograficznego: kompaktu, hybrydy, lustrzanki lub aparatu w telefonie czy tablecie.

Zakładam również, że przynajmniej w minimalnym stopniu znasz interfejs Photoshopa: wiesz, gdzie są przybornik, menu, pasek opcji narzędzia i panele. W tej książce skupiam się na konkretnych zadaniach i jeżeli w ogóle nie znasz Photoshopa, uruchom dołączoną do książki płytę i obejrzyj film *Podstawy Photoshopa* albo przeanalizuj rysunek W.1. Kiedy będę pisał „wejdź w menu”, oznacza to górne menu programu. Gdy będę pisał o wybieraniu narzędzia, będzie to dotyczyć narzędzi umieszczonych w przyborniku. Nazwy funkcji, narzędzi i poleceń w polskiej wersji programu pisane są *kursywą*, a w nawiasie podaję te nazwy w wersji angielskiej.



**Rysunek W.1.** Interfejs Photoshopa: 1 — pasek menu, 2 — przybornik, 3 — pasek opcji narzędzia, 4 — panele, 5 — dokument

Jeśli chodzi o sklep internetowy, to w książce zawarte są scenariusze dla sklepu już istniejącego, dopiero powstającego lub będącego w trakcie rebrandingu.

W tekście stosuję przypisy dla szerszego wyjaśnienia danego fragmentu tekstu. Sekcje WSKAZÓWKA oznaczają funkcje i narzędzia dla zaawansowanych i ich znajomość nie jest wymagana do normalnej pracy, choć z pewnością może ją przyspieszyć i ułatwić. Sekcje UWAGA stanowią omówienie pewnych pojęć i technologii, które pomogą Ci lepiej zrozumieć, dlaczego coś robimy i dlaczego to działa.

Do książki dołączona jest płyta z plikami ćwiczeniowymi i lekcjami wideo. Pliki pozwolą Ci przećwiczyć różne zadania w Photoshopie krok po kroku bez potrzeby szukania właściwych plików w swoich zbiorach. Pliki pogrupowane są w foldery rozdziałów, podrozdziałów i sekcji.

Lekcje wideo funkcjonują jako załącznik do niektórych partii książki. W sposób obrazowy wyjaśniają, jak wykonać pewne czynności, które łatwiej pokazać, niż opisać. Do tego dołączony jest mój komentarz, więc wszystko powinno być jasne i zrozumiałe.

A teraz zapraszam już do lektury! :)

Sebastian Kończak





# 1.

## Teoria na początek

Tak, tak — zanim praktyka, najpierw teoria. Pewnie zastanawiasz się, po co piszę o zasadach kompozycji, głównych elementach witryny e-commerce, kolorach i tak dalej. Robię to, ponieważ w dalszej części tej książki będziemy się do tych elementów odnosić lub będziemy je konstruować. Kiedy tworzy się grafikę i zdjęcia do sklepu internetowego czy do social media, warto też mieć w głowie ogólny kontekst i plan działań.

Aby nauczyć się biegać, najpierw trzeba umieć chodzić.

## 1.1. Zasady kompozycji w e-commerce

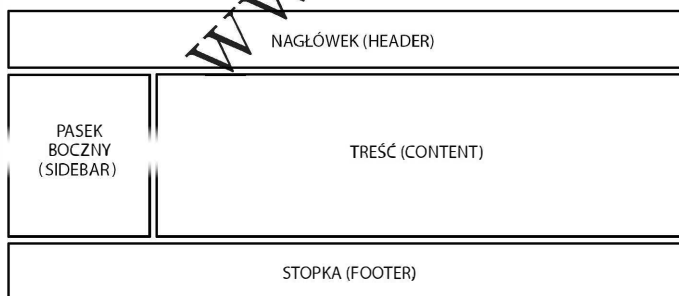
Ludzie tak naprawdę nie lubią zmian. Nie lubią, kiedy coś funkcjonuje inaczej, niż według nich powinno, albo inaczej, niż się przyzwyczaili. Tak samo jest w e-commerce: w ciągu tych parunastu lat istnienia sklepów internetowych zostały wypracowane pewne stałe elementy i funkcjonalności, których każdy klient e-sklepu oczekuje — niezależnie od tego, co taki sklep sprzedaje.

Celem witryny e-commerce (najczęściej jedynym) jest sprzedaż. Dlatego też musisz zadbać o to, by te stałe elementy oraz funkcjonalności były obecne, a także by były dla potencjalnego klienta przewidywalne i zrozumiałe. Klient nie może uczyć się obsługi Twojego sklepu — powinien od razu umieć się po nim poruszać i złożyć zamówienie. Ten proces musi być intuicyjny, a klient nie może napotykać na swojej drodze elementów niejasnych lub zaburzających proces zakupowy, który już zna. To pozwala mu robić zakupy w ten sam sposób w wielu różnych sklepach (każdy lubi sobie upraszczać życie).

Możesz mieć świetny produkt i zachwycające zdjęcia produktowe, ale jeśli Twój sklep kuleje, nie odniesiesz sukcesu. Jakie zatem są te stałe elementy i funkcjonalności, które muszą działać prawidłowo?

### 1.1.1. Nagłówek, treść, stopka

Nagłówek, treść strony i jej stopka — patrz rysunek 1.1 — to trzy główne części każdej podstrony witryny e-commerce (i wielu innych typów witryn internetowych). Na samej górze strony zawsze znajduje się nagłówek, czyli pozioma belka z logo sklepu, menu głównym, polem wyszukiwarki oraz ewentualnie innymi ikonami i odnośnikami (linkami).



Rysunek 1.1. Typowy układ strony internetowej

Pod nagłówkiem umieszczona jest właściwa treść strony, zależna od jej tematyki — może to być strona kategorii, produktu, regulaminu i tak dalej. Czasami składa się ona z sekcji *treści* (content) oraz *paska bocznego* (sidebar) — pionowej belki z dodatkową nawigacją i elementami, np. linkami do podkategorii produktów. *Pasek boczny* może być umiejscowiony po lewej albo prawej stronie.

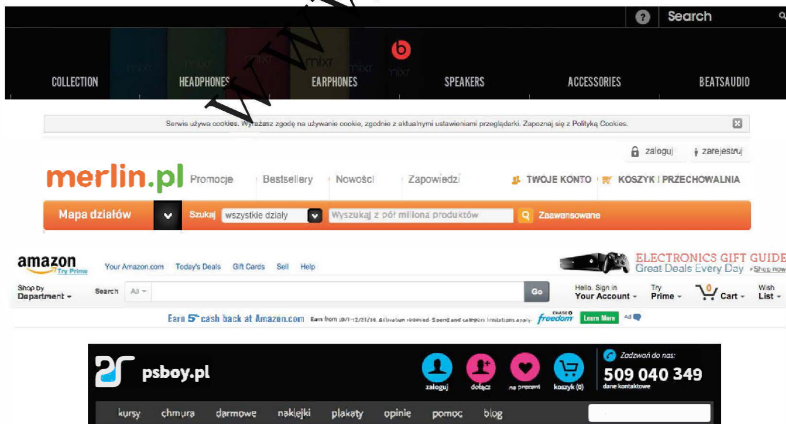
Na końcu każdej strony powinna znajdować się stopka, czyli pozioma belka z dodatkowymi informacjami (np. odnośniki do szczegółowych informacji dotyczących płatności i wysyłki, regulaminu, polityki prywatności). Często umieszcza się tu także ikony portali społecznościowych, logotypy obsługiwanych kanałów płatności i notkę o prawach autorskich.

### 1.1.2. Logo i logotyp

Logo lub logotyp umieszcza się w nagłówku po lewej stronie bądź na środku (jeśli takie położenie oznacza poprawę ogólnej kompozycji). Logo powinno zawsze linkować do głównej strony sklepu. Dlaczego lewa strona albo centrum? Wzrok osoby „skanującej” stronę internetową przemierza trasę lewo-prawo, góra-dół<sup>1</sup>, dlatego tak ważne jest, by na samym początku (w lewym górnym rogu) klient zobaczył, jak nazywa się sklep i co sprzedaje. Klienci spodziewają się także, że po kliknięciu na logo wrócą do strony głównej.

### 1.1.3. Wyszukiwarka

Wyszukiwarka jest obecnie niezbędną funkcjonalnością niemal każdego e-sklepu, ponieważ pozwala klientowi zaoszczędzić czas poprzez wyszukiwanie dokładnie tego, czego on potrzebuje. Z tej przyczyny pole wyszukiwarki powinno znajdować się w nagłówku lub po prawej stronie menu głównego. Powinno być też odpowiedniej wielkości (zbyt często spotyka się małe albo słabo widoczne pola wyszukiwarki). Dobrą praktyką jest również umieszczanie po prawej stronie od pola wyszukiwania przycisku *Szukaj* bądź przycisku z ikoną lupki. Przykłady takich rozwiązań prezentuje rysunek 1.2.

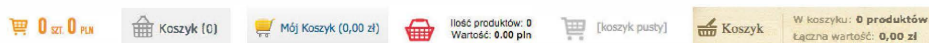


**Rysunek 1.2.** Przykładowe rozwiązania zastosowane w wyszukiwarkach na stronach internetowych. Od góry: BeatsByDre.com, Merlin.pl, Amazon.com, Psboy.pl

1. Tak robią osoby wychowane w języku ojczystym czytany od lewej do prawej, z góry do dołu — terytorialnie oznacza to cały świat poza Bliskim Wschodem i A zją Południowo-Wschodnią.

## Koszyk

Koszyk, a właściwie jego ikona, powinien być wyraźnie widoczny po prawej stronie nagłówka. Nie wymyślaj specjalnej nazwy typu *torba* czy *wózek* — Twój klient będzie szukał koszyka. Ikona powinna także zmieniać swój wygląd, kiedy koszyk nie będzie pusty (wystarczy zmiana koloru i podanie w nawiasie liczby produktów w środku). Trzymaj się też dwóch wzorów graficznych: ręczny koszyk na zakupy lub wózek z kółkami. Przykładowe rozwiązania kwestii koszyka ilustruje rysunek 1.3.



**Rysunek 1.3.** Przykładowe rozwiązania dotyczące ikony koszyka w e-commerce. Od lewej: Supersklep.pl, Keyshorts.com, Morele.net, Panpablo.pl, Empik.com, Gandalf.com.pl

### 1.1.4. Linki i odnośniki

Linki powinny różnić się od zwykłego tekstu kolorem bądź podkreśleniem. Dobrą praktyką jest nadanie linkom przewodniego koloru witryny. Pamiętaj o zasadzie, że jeśli jakiś tekst prowadzi do innej podstrony, to powinien wyglądać i zachowywać się jak link.

### 1.1.5. Przyciski

Przyciski stosuj (w miarę możliwości) tylko w tych przypadkach, kiedy ich kliknięcie powoduje jakąś czynność, inną niż przejście do kolejnej podstrony, np. dodanie produktu do koszyka, wyczyszczenie koszyka, logowanie. Newralgiczny przycisk *Dodaj do koszyka* powinien być duży, wyraźny i umieszczony po prawej stronie od zdjęcia produktu, poniżej nazwy produktu. Zazwyczaj nad nim wstawia się pole wyboru ilości produktu i ewentualnie jego wersji.

### 1.1.6. Produkty

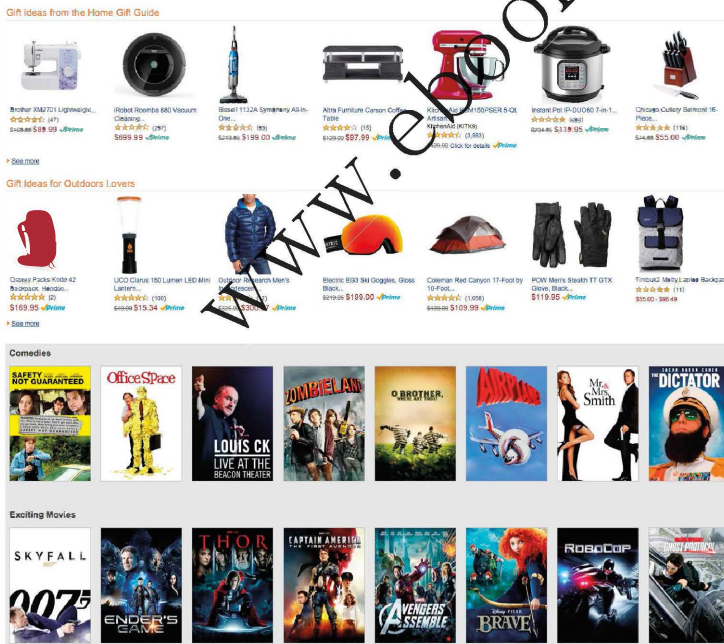
Produkty powinny być pogrupowane w kategorie, jeśli jest ich więcej niż kilkanaście. Badania przeprowadzone przez marketerów<sup>2</sup> wykazały, że zbyt duży wybór produktów powoduje u klientów paraliż decyzyjny. Badanie polegało na umieszczeniu w supermarkecie budki z próbkami dżemów do degustacji. W pierwszej wersji zaoferowano 24 smaki, w drugiej — tydzień później — tylko 6 smaków. Wyniki początkowo były zgodne z oczekiwaniami: w pierwszym badaniu 60% przechodzących klientów zatrzymało się i spróbowało dżemu. Tydzień później zrobiło to już zaledwie 40%. Okazało się jednak, że w przypadku osób próbujących 24 smaków zakupu dokonało 3% z nich, natomiast w przypadku drugiej

2. [http://www.columbia.edu/~ss957/articles/Choice\\_is\\_Demotivating.pdf](http://www.columbia.edu/~ss957/articles/Choice_is_Demotivating.pdf) (dostęp: luty 2015).

grupy — aż 30%. Konkluzja? Jeżeli będziesz miał sporo produktów, sporo osób będzie odwiedzać Twój sklep, ale niewiele z nich coś kupi. Jeśli natomiast będziesz oferował mało (względnie) produktów, Twój sklep będzie odwiedzany rzadziej, lecz zakupy będą częstsze niż w pierwszym scenariuszu.

OK, ale co, jeżeli sprzedajesz mnóstwo produktów, bo po prostu chcesz lub taka jest charakterystyka Twojej branży? Znajdź wtedy równowagę pomiędzy liczbą produktów a możliwością pogrupowania ich w kategorii. Nie twórz jednej listy produktów i nie pakuj wszystkiego do jednego worka, ponieważ to będzie odstraszać klientów. Innym dobrym rozwiązaniem jest ograniczenie wyświetlanej liczby produktów na stronie poprzez zastosowanie paginacji, czyli podziału listy produktów na wiele podstron.

Prezentowanie produktów na stronach kategorii także ma znaczenie. Badania<sup>3</sup> wykazały, że przy pogrupowaniu podobnych produktów poziomo (patrz rysunek 1.4) klient ma wrażenie większej różnorodności i jest bardziej skłonny do zakupu kilku produktów. Z kolei jeśli grupy produktów prezentowane są w układzie pionowym, klient ma tendencję do kupowania tylko jednego produktu. Ta sama zasada dotyczy produktów komplementarnych (uzupełniających) na stronie produktu w sekcji *Inni klienci kupowali także*.



**Rysunek 1.4.** Przykłady poziomych układów różnicujących produkty na stronie Amazon.com (u góry) i Netflix.com (u dołu)

3. <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/incomplete-products-increase-consumption/> (dostęp: luty 2015).



### 1.1.7. Zdjęcia produktowe

Zdjęcia produktowe powinny być duże i wyraźne. Nie powielaj błędu wielu sklepów internetowych, w których po kliknięciu na miniaturkę pokazuje się... znów ta sama miniaturka. Uwierz mi, nie ma nic bardziej frustrującego i wciąż zaskakuje mnie to, jak dużo rozbudowanych i popularnych sklepów w Polsce kuleje w tym obszarze. Nie stosuj także zbyt wielu zdjęć produktowych (to ponownie powoduje paraliż decyzyjny) — optymalna liczba to od 3 do 5. Zamiast tego użyj opisu do pokazania cech produktu i odróżnienia ich od innych produktów.

Sporo produktów posiada tzw. zoomy, czyli powiększone fotografie fragmentu produktu. Takie zoomy mogą mieć różny wygląd, mogą być „wbudowane” w zdjęcie główne lub funkcjonować osobno. To dobry pomysł na ukazanie detali różnicujących wiele odrębnych produktów, które pokazane z daleka wydają się takie same.

### 1.1.8. Proces zakupowy

Proces zakupowy (moment od dodania produktu do koszyka po potwierdzenie złożenia zamówienia) zwykle obejmuje kilka kroków. Ważne jest, aby informować klienta na bieżąco, w której fazie procesu się znajduje. Świetnym rozwiązaniem jest tu grafika prezentująca poszczególne etapy z zaznaczeniem etapu obecnego (patrz rysunek 1.5). Kolejną istotną rzeczą jest uproszczenie formularza zamówieniowego. Nie każ klientowi podawać informacji, które nie są Ci niezbędne — przykładem jest województwo, tytuł pan lub pani, drugie imię klienta. Poinformuj także klienta jak najszybciej (najlepiej jeszcze w koszyku) o kosztach wysyłki. Poziom sprzedaż zwiększysz również wtedy, gdy zaoferujesz wiele metod płatności i dostawy. Klient powinien móc zapłacić przelewem internetowym, kartą płatniczą i przez PayPal oraz móc wybrać przesyłkę za pośrednictwem Poczty Polskiej, kuriera i paczkomatów.

1 Delivery & Pickup Options

2 Shipping Address

3 Payment

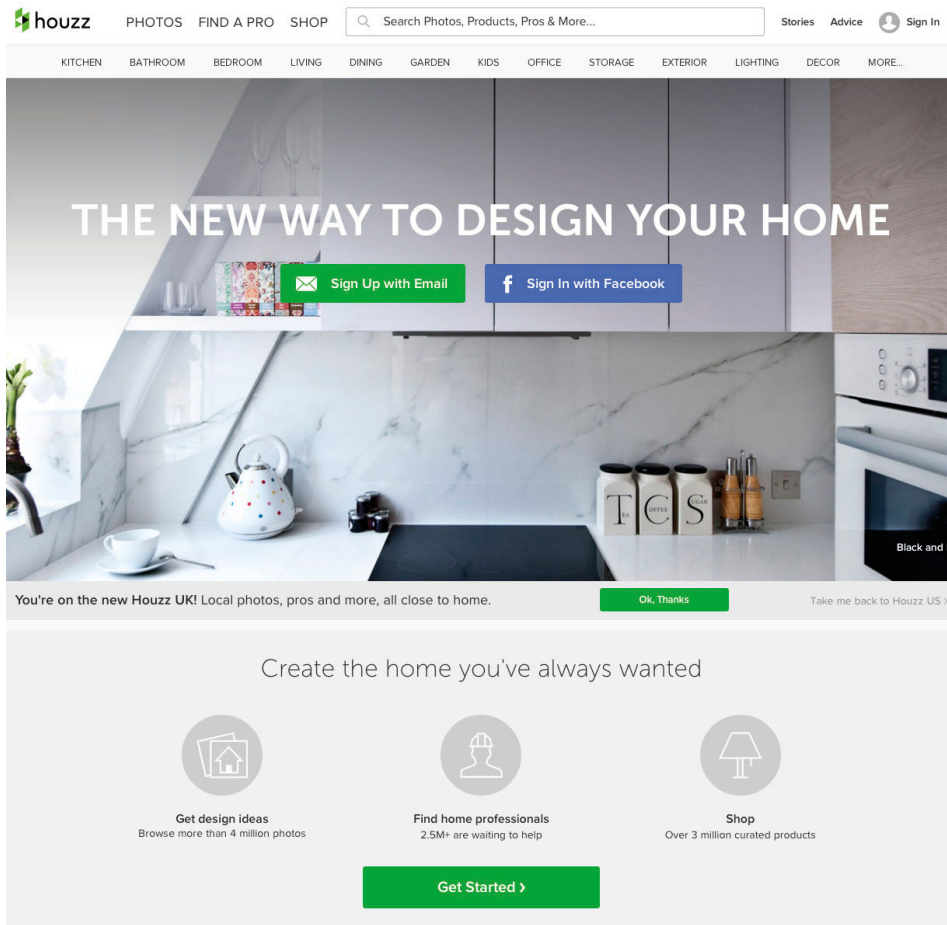
4 Account



**Rysunek 1.5.** Przykłady grafik informujących klienta o aktualnym etapie procesu zakupowego. Od góry: Apple.com, Keyshorts.com, Morele.net

### 1.1.9. Pusta przestrzeń

Pamiętaj, że sklep internetowy to nie ogłoszenie w gazecie. W swoim sklepie masz nieograniczoną przestrzeń do wykorzystania, więc nie pakuj wszystkich informacji ciasno. Nie rób wizualnego bałaganu, bo żaden klient tego nie lubi. Rób użytek z przerw, grupuj informacje, stosując odstępy — niech Twoje strony mają czym „oddychać”. Jeżeli Twój produkt ma długi opis, wyświetl tylko jego fragment i użyj odnośnika *Dowiedz się więcej*, po kliknięciu którego pokaże się całość. Niektóre informacje lepiej także przekazać za pomocą ikony lub grafiki. Dobry przykład zarządzania pustą przestrzenią witryny internetowej prezentuje rysunek 1.6.



**Rysunek 1.6.** Puste przestrzenie jako podziały na poszczególne moduły — Houzz.com

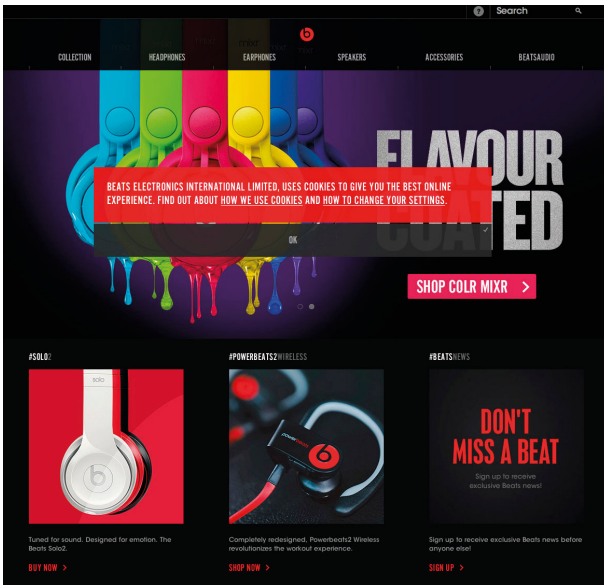


## 1.2. Psychologia koloru w e-commerce

Kolory wpływają na nasze emocje i zachowanie cały czas. Nieważne, czy siedzimy w domu, w pracy, czy przebywamy w środowisku miejskim — zawszad atakują nas różne barwy. Wydawałoby się, że ich użycie w reklamach, niektórych miejscach i w logo firm poszczególnych branż jest zależne jedynie od pomysłu projektanta i grafika. Tak nie jest — każda barwa z czymś się kojarzy i tak, a nie inaczej wpływa na nasze samopoczucie i zachowanie. Czerwona płachta na byka często działa również na nas, i to w różny sposób.

Prawidłowy dobór kolorów do własnego sklepu jest istotny. Każda branża i grupa klientów ma swoje ulubione barwy i takie, których nie znosi. Wyobrazasz sobie brązowy sklep z bielizną? Albo różowy sklep z luksusowymi zegarkami? Ciekawostką jest fakt, iż większość ikon, które pojawiają się przed adresem w przeglądarce internetowej lub na karcie z otwartą stroną WWW (*fawikona*), oraz logo i innych elementów witryny ma kolor niebieski bądź czerwony<sup>4</sup>. Wiąże się to z tym, że (jak za chwilę przeczytasz) niebieski kojarzony jest z bezpieczeństwem (social media, bankowość itp.), a czerwony z energią i innowacyjnością.

Trzeba także pamiętać o upodobaniach kolorystycznych grupy docelowej sklepu. Młode osoby lubią nasycone, jasne kolory i mocno kontrastujące zestawienia barw. Osoby starsze uważają takie kolory i zestawienia za krzykliwe i odpychające. Firma Beats kieruje swoje produkty do ludzi młodych i energicznych, stąd dominująca w sklepie czerwień i żywe barwy (rysunek 1.7).



**Rysunek 1.7.** Spójne i świadome stosowanie barw w sklepie internetowym na przykładzie BeatsByDre.com

4. Zgrabne zestawienie miliona ikon serwisów internetowych można zobaczyć na stronie [nmap.org/favicon/](http://nmap.org/favicon/) (dostęp: luty 2015).

Świadomy wybór barw pasujących do specyfiki Twojego sklepu i wywołujących odpowiednie reakcje może być jedną z tych małych rzeczy, które sprawiają, że sklep sprzedaje więcej. Zdefiniowanie bazowego koloru sklepu oznacza także tworzenie konsekwentnych elementów graficznych w przyszłości — unikniesz w ten sposób chaosu barwnego, a Twój przekaz będzie spójniejszy. W dalszej części książki wykorzystamy Photoshopa i inne narzędzia do stworzenia wzorcowego zestawu barw, którego będziemy się trzymać do końca tej książki (a Ty przez cały czas funkcjonowania Twojego sklepu).

Aby dokonać właściwego wyboru, musisz najpierw zrozumieć, jak poszczególne kolory wpływają na ludzi i jakie wywołują u nich wrażenia. Przedstawiona poniżej symbolika dotyczy świata zachodniego. Może być ona, i często jest, zupełnie inna w naszym kraju niż np. w Chinach czy Japonii. Żaden kolor nie ma ujednoliconego znaczenia na całym świecie — należy o tym pamiętać przy wyborze barw dla sklepów międzynarodowych lub działających w konkretnym państwie.

**Czerń** — technicznie rzecz biorąc, nie jest to kolor, a jego brak. Symbol elegancji, luksusu (podobnie jak złoty), szykowności (garnitury, mała czarna) oraz nowoczesności. Wykorzystywany jest tam, gdzie trzeba podkreślić powagę, tajemnicę (logo Jamesa Bonda), kompetencję czy autorytet (sędziowie). W kręgach chrześcijańskich kojarzony także z żałobą i śmiercią. Wiele marek odzieżowych i dóbr luksusowych ma znaki firmowe całe w czerni lub wykorzystujące czerń w znacznym stopniu.

Jeśli sprzedajesz wysokiej jakości odzież albo towary uznawane za ekskluzywne i nowoczesne, czerń będzie dobrym kandydatem na kolor przewodni bądź uzupełniający Twojego sklepu.

**Biel** — to połączenie wszystkich kolorów. Jest najjaśniejszą barwą. Biały to uniwersalny kolor symbolizujący pokój i czystość. Kojarzony jest z prawdą, prostotą, dobrem, jasnością i poddaniem (biała flaga). W logo często występuje jako negatywna przestrzeń (bez koloru) lub jako barwa napisu.

Biel będzie ciekawym pomysłem, jeżeli sprzedajesz kosmetyki albo inne produkty służące poprawie urody.

**Brazowy** — wskazuje na naturę, użyteczność. Jest symbolem spokoju, powagi, ciepła, neutralności i niezawodności. Najbardziej znanym brązowym logo jest logo firmy kurierskiej UPS (podkreślenie przydatności i skuteczności). Jest też wykorzystywany w logo firm prawniczych i budowlanych.

Brąz będzie dobrze wyglądać w e-sklepie z produktami naturalnymi, organicznymi, pochodzącymi „z ziemi” (choć tu będzie konkurować z zielenią). To też odpowiedni kolor do sprzedaży produktów, których głównymi cechami mają być trwałość i niezawodność (np. sprzęt do wycieczek górskich, narzędzia, sprzęt dla żeglarzy — choć tutaj może już dominować niebieski).

**Czerwony** — to najbardziej jaskrawy i widoczny kolor. Jest także najbardziej pobudzający, dlatego często wykorzystywany jest w reklamie, by przykuć uwagę. Czerwień symbolizuje działanie, przygodę, energię, niebezpieczeństwo (znaki drogowe), miłość (serce, czerwona róża), pasję (płomienne uczucia), wigor i siłę (kolor krwi). Podobno pobudza apetyt (logo McDonalds'a). To także symbol życia i sprzecznych, skrajnych emocji, piękna oraz witalności. Prawdopodobnie najlepszym przykładem logo wykorzystującego czerwień jest logo Red Bulla, które kojarzy się z energią, siłą, działaniem, ekscytacją i przygodą. Czerwień jest też stosowana przez firmy i instytucje charytatywne oraz związane ze zdrowiem (symbol szpitala, Czerwony Krzyż, Czerwony Półksiężyc). W Europie Środkowej kolor ten łączy się z komunizmem (Armia Czerwona, symbol sierpa i młota) i lewicą. W bliskim kontekście czerwień kojarzona jest z rewolucją, wojną, walką (rękawice bokserskie) i zniszczeniem.

Jeśli grupą docelową Twojego e-sklepu mają być ludzie młodzi, żądni wrażeń i pełni energii lub jeśli sprzedajesz produkty związane z aktywnością fizyczną czy przygodą, czerwień będzie bardzo dobrym kandydatem na kolor przewodni.

**Pomarańczowy** — to barwa młodości, kreatywności, lekkości i aktywności. Symbolizuje zabawę, entuzjazm i jowialność (peruki klaunów, stroje nadwornych błaznów). Jest to kolor wykorzystywany w logo firm, które zajmują się rozrywką, bądź firm, których klientami są dzieci i młodzież. Pomarańczowy jest jaskrawy, widoczny w półmroku. Z tego powodu jest używany jako barwa ostrzeżeń, ratownictwa (koło ratunkowe, ratownicy na kąpieliskach). Jest także kolorem jesieni i święta Halloween (dynie).

Jeżeli sprzedajesz produkty związane z zabawą i rozrywką albo odbiorcami tych produktów są nastolatki i dzieci, pomarańczowy będzie świetnie pasował na kolor przewodni Twojego e-sklepu.

**Żółty** — ma wiele sprzecznych znaczeń. Z jednej strony symbolizuje radość, ciepło, słońce, pogodę i pozytywność, z drugiej — tchórzliwość, zdradę (przedstawienia Judasza w malarstwie europejskim) i ostrożność. Żółty wykorzystywany jest w reklamie i logo, by przyciągnąć uwagę (w zasadzie nie tylko w reklamie — patrz żółte taksówki w Nowym Jorku) i wywołać wrażenie radości, ciepła (ponownie logo McDonalds'a). Kolor ten symbolizuje też wiedzę i mądrość oraz rozsądek (niektóre logo szkół wyższych).

Żółty będzie dobrym wyborem, jeśli sprzedajesz coś związanego ze słońcem lub latem, np. kostiumy kąpielowe, deski surfingowe itp.

**Zieleń** — to kolor natury, kojarzący się z życiem i harmonią. Jest również symbolem uzdrowienia, nadziei i wolności. Miętowa zieleń kojarzona jest ze świeżością (mentosy, ale także listek początkującego kierowcy, który jest „zielony” w tym, co robi), powodzeniem i zadowoleniem. Zielony jest najważniejszą barwą islamu. Negatywne cechy przypisywane zieleni to niestabilność (znowu zielony listek

kierowcy) i losowość (stoły do gry w ruletkę, boiska piłkarskie). Od czasu wprowadzenia do obiegu dolarów zieleń kojarzona jest również z pieniędzmi. Często wykorzystuje się ją w materiałach graficznych firm, które chcą być postrzegane jako ekologiczne lub funkcjonują w branży związanej z przyrodą, naturą i jej ochroną (np. logo kanału telewizyjnego Animal Planet).

Jeśli sprzedajesz produkty związane z naturą, ekologią czy oszczędzaniem energii, zieleń jest dla Ciebie pierwszym kolorem do przetestowania.

**Niebieski (i błękit)** — to najpopularniejszy kolor w internecie, a także najczęstszy ulubiony kolor ludzi (związek jednego z drugim jest oczywisty). Barwa ta prowadzi na myśl spokój, stabilność, sukces, pewność, lojalność i bezpieczeństwo, dlatego używa jej tak wiele firm. Często wykorzystywana jest w logo instytucji rządowych, urzędów, banków i największych korporacji (np. IBM). Z drugiej strony niebieski jest jednym z najzimniejszych kolorów i w tym kontekście kojarzy się z niebem, otwartą przestrzenią, oceanem. To także symbol przyjaźni.

Niebieski w internecie jest kolorem ostatniego wyboru. Dlaczego? Większość stron w internecie jest niebieska, więc dla Twojego klienta kolejny niebieski sklep będzie mało oryginalny i mało zachęcający. Dobrym pomysłem jest połączenie niebieskiego z innym kolorem. Niebieski jest właściwym wyborem, jeśli trudno Ci się zdecydować na inną barwę lub jeśli sprzedajesz produkty wielu marek. Można go wtedy skojarzyć z pewnością i bezpieczeństwem zakupów.

**Fiolet** — to kolor luksusu, elegancji, przepychu, wspaniałości, ceremoniału, szlachetności i duchowości (szaty biskupie). Fiolet i purpura są barwami często wykorzystywanymi przez firmy związane z edukacją i dobrami luksusowymi. Są też wyznacznikami dobrej jakości (np. tło na opakowaniu czekolad Milka). Jako kolor rzadko występujący w naturze fioletowy uważany jest za symbol ekstrawagancji i próżności.

**Róż** — utożsamiany jest z kobiecością, delikatnością, subtelnością i wdziękiem. Symbolizuje dziewczęcość i romantyzm (kolor walentynek). Róż kojarzy się też z niewinnością. W logo i materiałach graficznych służy podkreśleniu kobiecości, wdzięku lub delikatności. Często stosowany jest w logo firm, których klientkami są dziewczynki (np. logo Barbie), albo firm produkujących słodycze. Różowy jest też używany w kampaniach i organizacjach na rzecz uświadamiania kobiet o ryzyku zachorowania na raka piersi.

**Szary** — jest uważany za kolor nudny i bez wyrazu, neutralny. W swoich logo wykorzystują go więc firmy, których atutem ma być bezstronność lub nieuleganie żadnym wpływom. Szary symbolizuje idee korporacyjne, praktyczność, organizację, respekt. Ma też wiele cech negatywnych: kojarzy się z nudą, pustką, nijakością. Mimo to jest częstym składnikiem logo i stron internetowych (np. jako tło), ponieważ dobrze łączy się z innymi kolorami.

### 1.2.1. Dobre praktyki kolorystyczne — tło

Tło powinno być dokładnie tym — czymś z tyłu, czymś uzupełniającym. W praktyce oznacza to albo tło białe lub nieznacznie szare, albo całkiem ciemne (jeśli masz wyraźne, jasne produkty i tekst). Unikaj teł o wyraźnych, nasyconych barwach — będą one w stałym konflikcie z innymi elementami strony i tekstem.

### 1.2.2. Dobre praktyki kolorystyczne — przyciski i inne kluczowe elementy

Przyciski powinny wyróżniać się z tła, a po najechaniu na nie myślą — zmieniać nieco kolor lub podświetlenie. Takie wyróżnianie kolorem to efekt izolacji bądź tzw. efekt Restorffa. Polega on na tym, że osoba, która zauważa element w innym kolorze niż otoczenie, zapamiętuje go na dłużej i uważa za ważniejszy niż otoczenie. Dlatego też przycisk dodawania produktu do koszyka powinien być czerwony albo pomarańczowy. Takie kolory rodzą poczucie uwagi i istotności. Są też wyraźnym *call-to-action* (wezwaniami do akcji), a tego przecież chcemy od klienta — dodawania do koszyka i w konsekwencji kupowania. Tego typu przycisk powinien krzyczeć: *Kliknij mnie!*. Inne przyciski mogą być w kolorze przewodnim sklepu, a przyciski dotyczące mniej ważnych rzeczy mogą być szare, by niepotrzebnie nie wchodziły użytkownikowi sklepu w drogę.

### 1.2.3. Dobre praktyki kolorystyczne — komunikaty dla klienta

Wyróżniamy tu dwa typy powiadomień: pozytywne (produkt dodano do koszyka, poprawnie się zalogowano, złożono zamówienie) oraz negatywne (coś się nie udało). Zwykle komunikaty pozytywne prezentuje się na stonowanym zielonym lub błękitnym tle, natomiast negatywne — na czerwonym bądź pomarańczowym. Warto trzymać się tej reguły, ponieważ ludzie przyzwyczajeni są do kolorystyki i znaczenia sygnalizacji ulicznej oraz znaków drogowych: czerwony — stop, nie wolno; zielony — jedź, wszystko w porządku.

### 1.2.4. Dobre praktyki kolorystyczne — tekst

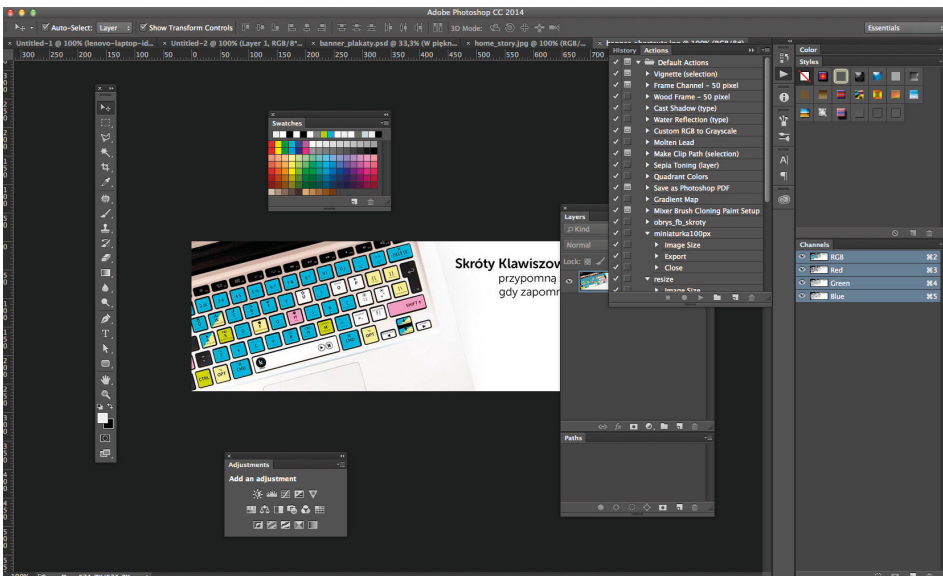
Tekst na stronie powinien być czytelny, czyli między innymi odróżniać się wyraźnie od tła. Jeśli tło jest białe lub jasnoszare, tekst powinien być ciemnoszary, niemal czarny. Jeżeli tło jest czarne albo ciemnoszare, tekst powinien być biały lub jasnoszary. Należy przy tym unikać zestawienia bieli z czernią, ponieważ tworzy to zbyt ostry kontrast i zwykle nie wygląda dobrze. Wybieraj także fonty (bardziej szczegółowo powiem o nich później), które zachowują czytelność przy małej wielkości. Dla nagłówków stosuj fonty bezszeryfowe, a dla bloków tekstu w miarę możliwości font szeryfowy, choć tu już istnieje spora dowolność. Nie używaj fontów ozdobnych i imitujących pismo odręczne.

## 1.3. 10 przykazań efektywnej pracy w Photoshopie

Posiadanie gitary Fender Stratocaster nie uczyni z Ciebie Jimiego Hendrixa, podobnie jak samo posiadanie Photoshopa nie czyni kogoś świetnym grafikiem. Z każdym narzędziem — również z Photoshopem — można pracować sprawnie i wydajnie albo byle jak. W tej sekcji opiszę dziesięć przykazań, o których trzeba pamiętać, jeśli chce się pracować z Photoshopem w sposób efektywny i profesjonalny.

### 1. Porządek na ekranie

Ileż to razy widziałem grafików, których Photoshop wyglądał jak bombajskie skrzyżowanie w popołudniowym szczycie: przyborek na środku, panele porzucane w nieładzie dookoła ekranu (patrz rysunek 1.8), a bardzo mało miejsca na to, co jest w gruncie rzeczy najważniejsze — dokument, w którym odbywa się praca.



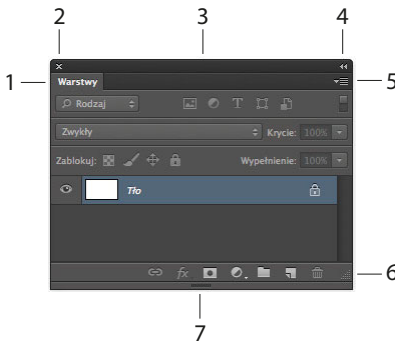
**Rysunek 1.8.** Nie chcesz mieć w Photoshopie takiego bałaganu

Pamiętaj zatem o tym, aby zachowywać porządek — przyborek zadokuj do lewej lub prawej krawędzi. Żeby to zrobić, chwyć za górną belkę przyborek i przesuń do lewej krawędzi ekranu, aż zobaczysz błękitną, pionową linię. Upuszczając w tym momencie przyborek, zadokujesz go do lewej krawędzi.

Otwarte powinny być tylko te panele, z którymi rzeczywiście pracujesz. W przypadku e-commerce jest to zestaw kilku paneli, o których przeczytasz za chwilę. Panele można grupować ze sobą, a także przyklejać je do innych paneli.



Aby włączyć panele potrzebne do e-commerce (budowę typowego panelu zobaczysz na rysunku 1.9), najpierw zamknij wszystkie, które są w tej chwili otwarte, klikając w górnym prawym rogu na X. Teraz wejdź w menu *Okno* (*Window*) i wybierz kolejno: *Operacje* (*Actions*), *Kompozycje warstw* (*Layer Comps*), *Warstwy* (*Layers*), *Właściwości* (*Properties*), *Dopasowania* (*Adjustments*) i *Oś czasu* (*Timeline*). Niektóre z nich będą zgrupowane z innymi panelami, więc wydokuj je, klikając na nazwę i przeciągając poza grupę, a potem zamknij niepotrzebne panele.



**Rysunek 1.9.** Typowy panel w Photoshopie: 1 — nazwa, 2 — przycisk zamknięcia (w systemie Windows znajduje się w prawym górnym rogu), 3 — górna belka do zmiany położenia, 4 — przycisk zwijania do ikony, 5 — menu opcji, 6 — uchwyt rozciągania, 7 — uchwyt powiększania góra-dół

By zgrupować dwa panele, kliknij i przytrzymaj lewy klawisz myszy na nazwie jednego z nich i przeciągnij obok nazwy drugiego panelu. Obrys panelu docelowego powinien zaświecić się na niebiesko. Upuść — gotowe. Aby przykleić jeden panel do drugiego, ponownie chwyć lewym klawiszem myszy za tytuł panelu i przyciągnij go do dolnej krawędzi drugiego panelu — ta krawędź zaświeci się na niebiesko. Upuść.

Tak zgrupowane i posklejane panele najlepiej zadokować do prawej krawędzi ekranu (lub lewej, jeśli przybornik masz po prawej stronie). Kliknij na tytuł najwyższego panelu i przeciągnij go do prawej krawędzi ekranu. Upuść, gdy pojawi się pionowa, błękitna linia. Voilà — interfejs jest gotowy do pracy. Żeby zapisać taki stan rzeczy, najlepiej stworzyć przestrzeń roboczą — w ten sposób, kiedy poprzestawiasz panele albo coś zepsujesz, będziesz mógł szybko wrócić do pożądanego układu. Wejdź w menu *Okno/Przestrzeń robocza/Nowa przestrzeń robocza* (*Window/Workspace/New Workspace*) i nazwij swoją przestrzeń *ecommerce*. Kliknij OK.

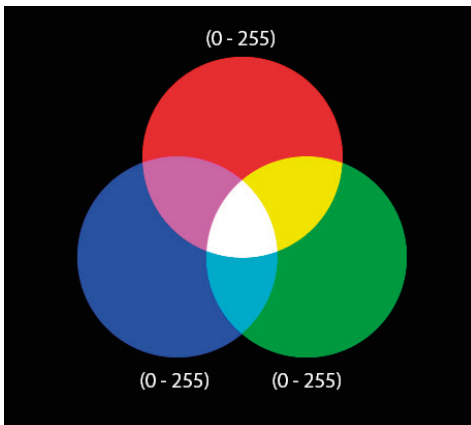
## 2. Zarządzaj kolorami

Prawdziwi graficy umieją zarządzać kolorem. Nie, nie chodzi o dobór barw, ale o przestrzenie barwne i profile. Wyjaśnię to na prostym przykładzie. Malarz François ma trzy rodzaje farb: akrylowe, olejne i akwarele. Każda z tych farb tworzy kolory na swój sposób, inny od pozostałych. Farby mają swój cyfrowy odpowiednik — przestrzeń barwną, czyli matematyczny model opisywania kolorów.



Kiedy już François wybrał farby, przyszła kolej na płótno. Każdy jego rodzaj ma swoje właściwości chłonne i fakturę, więc nieco inaczej przedstawia kolory wybranych farb. W świecie cyfrowym takimi płótnami są profile kolorów, które opisują, jak konkretna przestrzeń barw jest prezentowana na danym urządzeniu — monitorze, drukarce itp.

W przypadku e-commerce musimy pracować z przestrzenią RGB i profilem sRGB. Dlaczego? Sprawa jest prosta: tworzymy zdjęcia i grafiki, które będą wyświetlane wyłącznie na ekranach (rysunek 1.10). Przestrzenią barwną, która produkuje kolory „świecące”, jest RGB, a profilem wykorzystywanym w większości monitorów i akceptowanym przez przeglądarki internetowe jest sRGB.



**Rysunek 1.10.** Wizualna reprezentacja przestrzeni RGB. Kolory powstają tu „addytywnie”, czyli im większa wartość kanałów składowych, tym jaśniejszy jest kolor wynikowy. Maksymalne wartości wszystkich kanałów połączonych razem tworzą biel

Aby pracować w Photoshopie z tą przestrzenią i profilem, musimy wejść w menu *Edycja (Edit)* i wybrać polecenie *Ustawienia koloru (Color Settings)* lub wykonać skrót *Ctrl+Shift+K*, na macu *Cmd+Shif+K*. W nowo otwartym oknie dialogowym z pola wyboru *Ustawienia (Settings)* wybierz *Ustawienia koloru dla internetu w Europie 2 (Europe Web/Internet 2)*. Jest to predefiniowane ustawienie dla pracy z plikami przeznaczonymi do internetu. Możesz sprawdzić, że w polu *RGB* widnieje *sRGB IEC61966-2.1*, co oznacza, że Photoshop dokumentowi w przestrzeni RGB (jeśli chodzi o e-commerce, to w praktyce każdemu) przypisze profil sRGB. Kliknij *OK*.

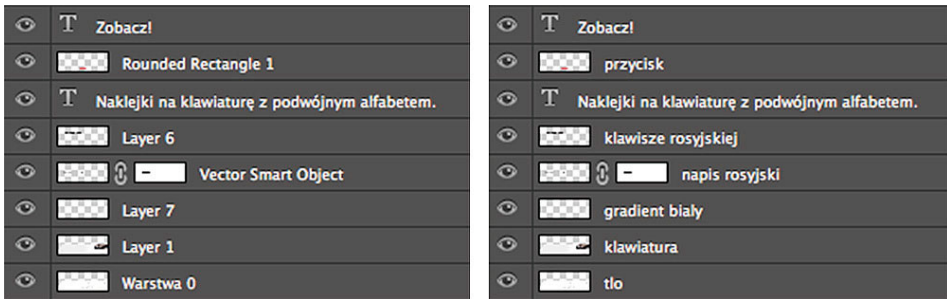
### 3. Pracuj na warstwach

Photoshop jest programem pracującym głównie z tzw. grafiką rastrową, czyli złożoną z pikseli — niepodzielnych, małych kwadratów o określonej jasności i barwie. Te piksele ułożone są na matrycy (rastrze) bez żadnego podziału i hierarchii, dlatego też manipulowanie grafiką rastrową nie jest łatwe. Wycinanie „obiektów” z tła również nie jest proste, a same techniki selekcji obiektów i ich

wycinania mogą być opisywane w grubych tomach. Z tego względu kilkanaście lat temu do Photoshopa wprowadzono warstwy, czyli sposób na odizolowanie partii pikseli (fragmentu obrazu) od innych partii. Jeśli projektujesz w Photoshopie jakąś grafikę lub wygląd swojego sklepu internetowego, pamiętaj, aby każdy odrębny obiekt — nawet najmniejszy — tworzyć na osobnej warstwie. Dzięki temu możesz takim obiektem niezależnie manipulować. W innym przypadku będzie to bardzo trudne bądź w praktyce wręcz niemożliwe.

#### 4. Nazywaj odpowiednio warstwy i grupy warstw

Dokumenty Photoshopa bywają skomplikowane i złożone z wielu różnego typu warstw, czasami poumieszczanych w grupach. Ważne jest, aby każdą warstwę nazywać opisowo tak, byś za pół roku szybko rozeznał się w tym, co dana warstwa robi. Nie ma nic gorszego niż sarta warstw nazwana *Layer 1*, *2*, *3*, *4* itd. Wiem, że podczas tworzenia nie ma się głowy do nazywania warstw, więc jeśli też nie lubisz tego robić, to przynajmniej pod koniec pracy uporządkuj warstwy i nadaj im opisowe nazwy (rysunek 1.11).



**Rysunek 1.11.** Co jest bardziej czytelne: ilustracja po lewej czy po prawej?

#### 5. Stosuj operacje, które mają sens

Jeżeli Twoja praca obejmuje powtarzanie pewnych czynności w Photoshopie na wielu plikach, zrób z tego operację. Szkoda czasu na powtarzanie, nie jesteś na taśmie montażowej. Operacje pozwalają nagrywać powtarzalne kroki, a potem odtwarzać je z olbrzymią prędkością. Zysk jest natychmiastowy, jeśli masz do obrobienia cały folder plików — Tobie zajmie to trzy godziny, Photoshopowi minutę.

Zanim jednak rzucisz się do tworzenia operacji, zastanów się, czy dane czynności rzeczywiście się do tego nadają. Muszą to być powtarzalne kroki działające na wielu różnych dokumentach: poziomych, pionowych, zapisywanych do różnorodnych katalogów. Dobrym przykładem operacji są wszelkie efekty wymagające kilku warstw dopasowania. Nie najlepszym pomysłem jest tworzenie operacji dla wymiany tła czy innych czynności zawierających selekcje (ponieważ na każdym zdjęciu sytuacja jest wyjątkowa).

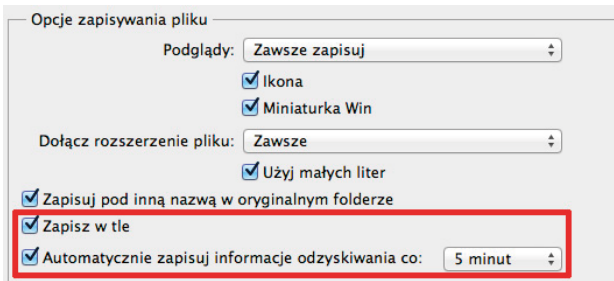
## 6. Zapisuj wersje dokumentów

Photoshop nie ma wbudowanej obsługi zapisywania wersji (jak np. AutoCAD) ani funkcji autozapisu. Dlatego sam musisz pamiętać o zapisywaniu stanu dokumentu, jeżeli tworzysz coś dłużej niż 10 minut. Warto zapisywać wersje, czyli kolejne kopie dokumentu, bo może się zdarzyć, że będziesz się musiał cofnąć z jakąś operacją. Owszem — masz historię i możesz wykorzystać polecenie *Cofnij (Undo)*, ale domyślnie Photoshop umożliwia taką operację tylko 20 razy. Jeśli musisz się cofnąć dalej, jesteś ugotowany. Zapisuj zatem stan dokumentu co 10 – 15 minut, tak aby mieć w zapasie jedną wersję poza dokumentem, na którym aktualnie pracujesz. Innym rozwiązaniem jest zwiększenie w preferencjach liczby stanów historii. Osobiście uważam zapisywanie wersji za lepszą metodę, ponieważ umożliwia to posiadanie wersji, do których można wrócić zawsze i wszędzie. Stany historii są dostępne tylko do momentu zamknięcia dokumentu w Photoshopie.

## 7. Zmodyfikuj domyślne preferencje

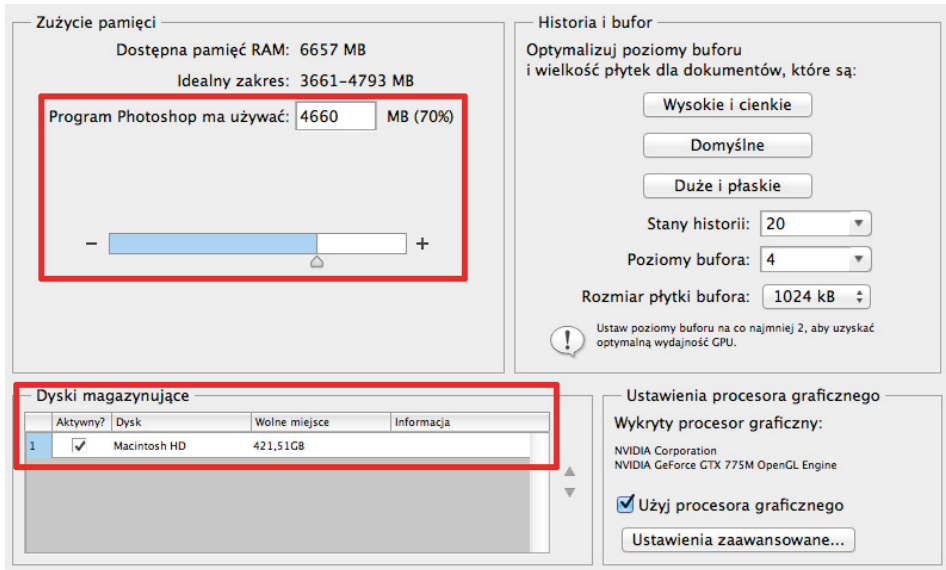
Większość domyślnych ustawień Photoshopa będzie odpowiednia dla potrzeb związanych z e-commerce, ale nie wszystkie. Aby w pełni dostosować ten program, trzeba wprowadzić kilka zmian.

Wejść w menu *Edycja/Preferencje/Obsługa plików (Edit/Preferences/File Handling)*, a na macu w menu *Photoshop/Preferencje/Obsługa plików (Photoshop/Preferences/File Handling)*, lub skorzystaj ze skrótu *Ctrl+K* (na macu *Cmd+K*) i przejdź do zakładki *Obsługa plików (File Handling)* — rysunek 1.12. W sekcji *Opcje zapisywania pliku (File Saving Options)* zaznacz opcje *Zapisz w tle (Save in Background)* i *Automatycznie zapisuj informacje odzyskiwania co (Automatically Save...)* z ustawieniem na 5 minut. Pierwsza z tych opcji pozwoli Photoshopowi zapisywać pliki w tle (program nie blokuje wtedy interfejsu okienkiem z postępowaniem zapisu), a druga automatycznie zapisuje stan dokumentu co 5 minut. W przypadku awaryjnego wyłączenia Photoshopa po powtórnym jego uruchomieniu dokument zostanie przywrócony w stanie z ostatniego zapisu.



Rysunek 1.12. Opcje Zapisz w tle i Automatycznie zapisuj informacje odzyskiwania w zakładce Obsługa plików Preferencji

Teraz wejdź w preferencjach w zakładkę *Wydajność (Performance)* — rysunek 1.13. Jeśli Twój komputer ma 4 GB RAM lub mniej, ustaw zakres wykorzystania pamięci na 70%. W innym przypadku ustaw go na 5 – 6 GB. To pozwoli Photoshopowi maksymalnie wykorzystywać dostępną pamięć bez blokowania innych uruchomionych programów. Jeżeli masz stosunkowo mało pamięci RAM, zerknij na sekcję *Dyski magazynujące (Scratch Disks)*. Jeśli domyślna partycja systemowa ma niewiele wolnej pamięci (poniżej 30 GB), być może lepszą opcją będzie zaznaczenie innej partycji z większą ilością wolnego miejsca i odznaczenie tej domyślnej.



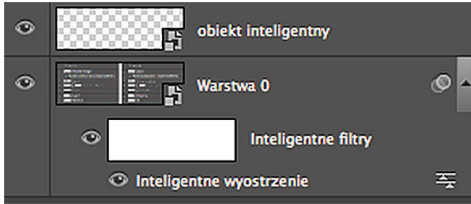
Rysunek 1.13. Zakładka Wydajność (Performance)

Ostatnie zmiany wprowadzimy w zakładce *Jednostki i miarki (Units & Rulers)*. Zmień tutaj pole wyboru *Miarki (Rulers)* na *Piksele (Pixels)*. Chcemy, by linijki wyświetlały nam rozmiary zdjęć i dokumentów w pikselach, bo taka jest jednostka pomiarowa dla ilustracji w internecie.

## 8. W miarę możliwości korzystaj z obiektów i filtrów inteligentnych

Jedną z cech wspomnianej już grafiki rastrowej jest słaba podatność na manipulacje (skalowanie, obrót). Nie można np. bezkarnie powiększyć sobie jakiegos zdjęcia lub ikony. Efekt będzie w najlepszym wypadku lekko rozmazany.

Aby zwiększyć możliwość manipulacji grafiką rastrową, do Photoshopa wprowadzono obiekty inteligentne oraz filtry inteligentne (jak są oznaczane, możesz zobaczyć na rysunku 1.14). Obiekt inteligentny zapamiętuje pierwotną wielkość danej warstwy i przy wielokrotnym przekształcaniu generuje grafikę wyjściową z oryginału (a nie z poprzedniego kroku, jak robią to zwykłe warstwy).



**Rysunek 1.14.** Oznaczenia obiektu inteligentnego i filtra inteligentnego w panelu Warstwy (Layers)

Filtry inteligentne pozwalają natomiast na późniejszą edycję parametrów takiego filtra. Korzystanie z obiektów i filtrów inteligentnych zwiększa możliwości edycji i stosowania poprawek przy tworzeniu grafiki i obróbce zdjęć.

## 9. Twórz fotografie w formatach RAW i obrabiaj je w Camera Raw

RAW to określenie stosowane dla grupy formatów zapisu zdjęć w lustrzankach cyfrowych, które charakteryzują się tym, że nie zawierają żadnej obróbki i korekcji wykonywanej przez aparat (co ma miejsce w przypadku plików JPEG). Takie fotografie zapisywane są także w większej głębi bitowej niż standardowe 8 bitów na kanał — dzięki temu możemy wykonać drastyczniejszą obróbkę bez utraty jakości zdjęcia. Formaty RAW-owskie są także nienadpisywalne, czyli nie da się nadpisać pliku z oryginałem. Z tych powodów warto fotografować w formacie RAW — uzyskujemy „surowe” pliki bez jakiegokolwiek wstępnej obróbki w głębi bitowej pozwalającej na lepszą jakościowo obróbkę.

Plików RAW nie da się otworzyć bezpośrednio w Photoshopie, ale trzeba je „wywołać” w specjalnej wtyczce Photoshopa — Camera Raw. Jest to niesamowite narzędzie, którego funkcje i możliwości poznasz dogłębnie w dalszej części tej książki. Ten tryb pracy: fotografowanie w RAW, obróbka w Camera Raw, dalsza praca w Photoshopie jest zalecany przeze mnie w przypadku fotografii produktowej. O ile da się obrobić zdjęcia w Photoshopie, robienie tego w Camera Raw jest szybsze, wygodniejsze i daje lepsze efekty.

## 10. Eksportuj gotowe pliki za pomocą Zapisz dla Internetu

Z uwagi na to, że będziemy tworzyć grafiki i zdjęcia do wykorzystania w internecie, zalecam zapisywanie ich wyłącznie poprzez moduł *Zapisz dla Internetu* (*Save For Web*), dostępny w menu *Plik* (*File*). Moduł ten pozwala określić szczegółowe parametry kompresji („waga” plików w internecie ma znaczenie) i obsługę przezroczystości; możemy też pomniejszyć zdjęcia i grafiki oraz wykorzystać inne przydatne funkcje. Omówię je dokładnie w dalszej części książki.

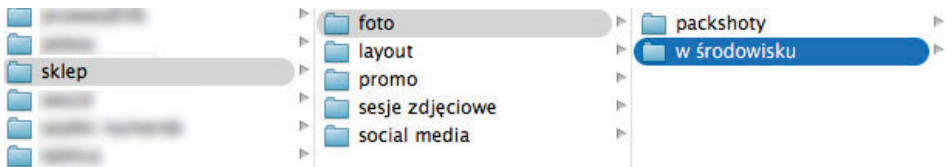
## 1.4. Dobre nawyki podczas pracy w systemach Windows i Mac OS

Opisałem już, jak sprawnie i wydajnie pracować z Photoshopem, ale przecież na nim świat się nie kończy. Photoshop funkcjonuje w środowisku systemu operacyjnego Windows lub Mac OS. W tej części powiem, jak organizować pracę w systemie operacyjnym, by przebiegała sprawnie i bez niespodzianek.

### 1.4.1. Stwórz strukturę katalogów i grupuj pliki tematycznie

Dobra, logiczna struktura katalogów (folderów) to podstawa. Spora część pracy w systemie to wyszukiwanie plików, z którymi chcemy pracować. Logiczna struktura katalogów jest tutaj niezastąpiona. Łatwiej znaleźć plik *logo\_wrzesien2014.psd* w katalogu *sklep/branding/logo* niż plik *logo5new.psd* w katalogu *sklep/wrz'14*.

Dobrą praktyką jest stworzenie podstawowej struktury w jednym głównym katalogu, powiedzmy *sklep* (rysunek 1.15). Wewnątrz możemy mieć katalog *layout*, gdzie znajdą się pliki dotyczące wyglądu sklepu. Kolejny katalog to *promo*. Umieszczamy w nim pliki związane z promocją, reklamą i innymi tymczasowymi wydarzeniami; tutaj powędrują też wszystkie banery, grafiki reklamowe i **slidery** (grafiki promocyjne). Trzeci katalog to *sesje zdjęciowe* — tu wrzucamy wszystkie surowe pliki z sesji zdjęciowych produktów. Każda sesja powinna być w osobnym katalogu. Czwartym katalogiem może być *foto*, w którym umieszczamy obrobione zdjęcia produktowe. Tutaj mogą się znaleźć także podkatalogi z podziałem na packshoty (produkty na białym tle) i zdjęcia w środowisku użycia. Ostatnim katalogiem może być *social media*, gdzie będziemy wrzucać pliki przeznaczone do umieszczania w portalach społecznościowych.



Rysunek 1.15. Przykładowa struktura folderów dla obsługi sklepu w systemie Mac OS

### 1.4.2. Sprzątaj od czasu do czasu

Nie ma co mówić, że jest inaczej — w ferworze walki i tworzenia na komputerze powstaje masa plików tymczasowych, plików z internetu i po prostu śmieci. Dlatego ważne jest, by od czasu do czasu zrobić porządek. Warto mieć osobny folder na takie twórcze poszukiwania i bieżącą pracę. Kiedy już skończysz pracować nad jakimś zagadnieniem, warto uporządkować pliki i usunąć te, które **na pewno** nie będą już potrzebne.

### 1.4.3. Archiwizuj dane

Nie ma nic gorszego niż lata ciężkiej pracy i doświadczeń idące z dymem zasilacza, płyty głównej czy zwykłego spięcia sieci elektrycznej. Dlatego zawsze musisz mieć kopię zapasową swoich newralgicznych plików. Choćby się waliło i paliło — backup musi być. Możesz to robić na wiele sposobów: zewnętrzny dysk twardej, usługi przechowywania plików w chmurze, mechanizmy takie jak TimeMachine na macu, dedykowane aplikacje. Wybór należy do Ciebie — ważne, abyś go dokonał i wykonywał taką kopię regularnie. Utratę paru dni pracy można przeżyć, utratę tygodni i miesięcy pracy — nie.

### 1.4.4. Używaj programu do zarządzania zadaniami

Każdego dnia trzeba coś zrobić i nie wiadomo kiedy robi się z tego lista stu rzeczy do wykonania. Aby nie oszaleć, warto korzystać z aplikacji do zarządzania zadaniami. Osobiście używam aplikacji Wunderlist, która ma wiele przydatnych opcji: podział zadań na pracę, dom itd.; możliwość ustawiania dat końcowych (deadline'ów); możliwość tworzenia podzadań i dodawania notatek; współdzielenie listy zadań z innymi osobami. W ten sposób można sprawnie ogarnąć, co jest do zrobienia, wyznaczyć sobie terminy i delegować zadania konkretnym osobom.

### 1.4.5. Działaj bezpiecznie i rozsądnie

Tyle się o tym pisze i mówi, a nikt nie słucha. Sprawność Twojego systemu operacyjnego i jego szybkość zależą w dużej mierze od „zaśmiecenia” tego systemu. Milion nieużywanych programików, wtyczek, a także ściąganie wszystkiego z internetu jak odkurzacz — to wszystko powoduje spowolnienie Twojej pracy do prędkości żółwia na emeryturze. Nie rób tego — Twój komputer roboczy powinien mieć zainstalowane tylko niezbędne aplikacje (te, z których rzeczywiście korzystasz), a jeśli musisz już coś ściągać z podejrzanych źródeł, zainstaluj najpierw antywirusa.

### 1.4.6. Korzystaj z Dropboxa do współpracy zdalnej

Narzędzia takie jak Dropbox to świetna metoda na przesyłanie sobie zdalnie plików, a także na przenoszenie tych plików między — czasami ze sobą niekompatybilnymi — urządzeniami. Można np. w ten sposób zrzucić zdjęcia wykonane aparatem wbudowanym w smartfona lub tablet. Usługa ma wersję bezpłatną i warta jest wypróbowania.

### 1.4.7. Korzystaj z FileZilla do przesyłania plików na serwer

Prowadząc sklep internetowy, prędzej czy później będziesz wysyłać pliki na serwer. Wielu dostawców usług hostingowych proponuje, by używać ich własnych interfejsów do przesyłania plików, ale osobiście uważam, że bardzo często są one



toporne i nieintuicyjne. Świetnym narzędziem do przesyłania plików jest darmowa FileZilla. To narzędzie na Windowsa i Mac OS robi to, co trzeba — i nic więcej.

### 1.4.8. Aktualizuj oprogramowanie

Niby oczywiste, ale wiele osób zapomina o aktualizacji systemu operacyjnego i poszczególnych aplikacji. Jednym z powodów podawanych przez użytkowników jest to, że po aktualizacji komputer działa wolniej, ponieważ aktualizacje i nowe funkcje wymagają coraz to większej mocy obliczeniowej. Owszem, jest to po-  
niekąd prawda, ale w przypadku obecnych komputerów różnica jest praktycznie niezauważalna. To nie aktualizacje odpowiedzialne są w głównej mierze za spowalnianie komputera, a nieumiejętne działania użytkownika — patrz punkt 1.4.5. Aktualizacje są ważne, bo z nimi publikowane są również łatki na błędy i luki w zabezpieczeniach, co z perspektywy bezpieczeństwa danych i pracy jest niezwykle istotne.

# 2.

---

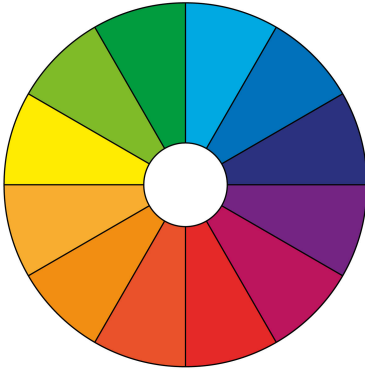
## Tworzenie grafiki dla sklepu internetowego

Niezależnie od tego, czy masz już gotowy sklep internetowy, czy dopiero planujesz, jak powinien wyglądać, prędzej czy później będziesz musiał stworzyć jakąś grafikę: ikonę, wersję logo, znak wodny. Te zadania same w sobie są drobne i osobie obeznanej z Photoshopem zajmują góra trzydzieści minut. W tym rozdziale dowiesz się, jak dobrać kolory i fonty, jak tworzyć podstawowe szkielety wyglądu stron internetowych oraz elementy graficzne. Do dzieła!

## 2.1. Dobór kolorów

Skąd wiadomo, że dane kolory do siebie pasują? Jak wybrać motyw kolorystyczny sklepu internetowego, który cechować się będzie harmonią barw? Wybór jednego koloru nie jest zbyt trudny — wybór zestawu kolorów, które do siebie pasują, współgrają ze sobą i nie tworzą wizualnego dysonansu, jest niełatwy. Z pomocą przyjdą nam tu metody doboru barw.

Na początku muszę powiedzieć co nieco o kole barwnym (rysunek 2.1). Zawiera ono w sobie wszystkie barwy w widzianym przez człowieka spektrum światła. Potrafimy zarejestrować naszymi oczami barwy od czerwonej, poprzez pomarańczową, żółtą, zieloną i niebieską, po fiolet. Koło barw określa także wzajemne położenie i związek dwóch kolorów. Będę korzystał z tego koła do graficznego opisywania metod doboru kolorów.

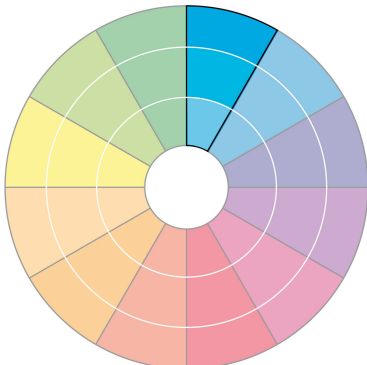


Rysunek 2.1. Koło barwne

### 2.1.1. Reguły doboru kolorów

#### 2.1.1.1. Kolory monochromatyczne

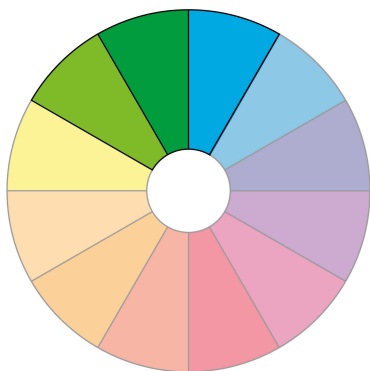
Kolory monochromatyczne to takie, które używają różnego nasycenia i jasności z jednej rodziny koloru. Możemy mieć zatem nasycony błękit jako główny kolor, a barwami towarzyszącymi będą jasnoniebieski i biało-błękitny (rysunek 2.2).



Rysunek 2.2. Graficzna reprezentacja kolorów monochromatycznych na kole barw

### 2.1.1.2. Kolory analogowe

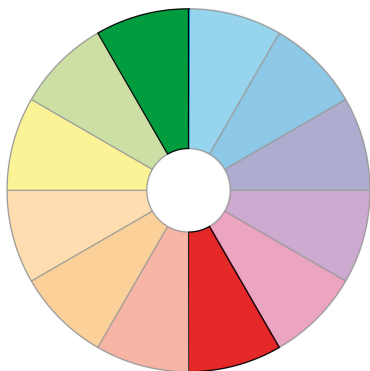
Kolory analogowe to takie, które sąsiadują ze sobą na kole barw. Jeżeli jako główny kolor wybierzemy zielony, barwami towarzyszącymi będą żółtozielony i błękitny. Ta metoda daje nam „bezpieczny” zestaw kolorów, który będzie spokojny. Często analogowe zestawy barw można spotkać w naturze i są one przyjemne dla oka. Zwykle przy wyborze jednego koloru jako dominującego (środkowego na kole barw) drugi stosuje się jako wspomagający, a trzeci — rzadko — jako akcentujący (rysunek 2.3).



**Rysunek 2.3.** Graficzna reprezentacja kolorów analogowych na kole barw

### 2.1.1.3. Kolory dopełniające

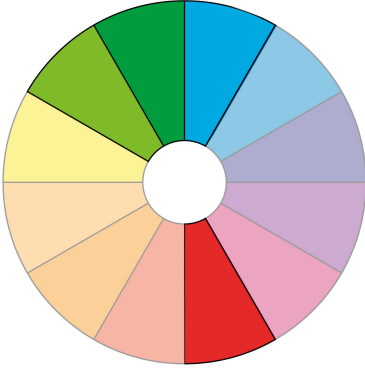
Kolory dopełniające to takie, które znajdują się na przeciwległych punktach koła barw. Kolorem dopełniającym niebieskiego będzie żółty, a czerwonego — zielony (rysunek 2.4). To trudny układ, bardzo kontrastowy, może być nawet krzykliwy. Warto odpowiednio dobrać jasność i nasycenie barw, by tworzyły harmonię. Kolory dopełniające świetnie sprawdzają się w grafikach mających przykuć uwagę (ale nie wtedy, gdy stosowane są na dużych powierzchniach, takich jak strony internetowe).



**Rysunek 2.4.** Graficzna reprezentacja kolorów dopełniających na kole barw

#### 2.1.1.4. Rozdzielone kolory dopełniające

To wariacja poprzedniej metody. Różni się tym, że zamiast koloru po przeciwległej stronie koła barw wybiera się kolory analogowe do tego przeciwnego koloru. Taki zestaw jest nieco łagodniejszy niż wcześniej omawiany, ale również powoduje spory kontrast i dużą widoczność. Zalecany jest dla początkujących grafików (rysunek 2.5).



**Rysunek 2.5.** Graficzna reprezentacja rozdzielonych kolorów dopełniających na kole barw

#### 2.1.1.5. Triada

Triada to trzy kolory, które są rozmieszczone na kole barw w równych odstępach od siebie. Zwykle taki zestaw jest wyrazisty i kontrastowy, niezależnie od tego, jakie nasycenie i jasność kolorów wybierzemy. Użycie takiego zestawu jest nieco kłopotliwe, chyba że stosujemy jeden kolor jako podstawowy, a dwoma pozostałymi jedynie akcentujemy niektóre elementy graficzne (rysunek 2.6).



**Rysunek 2.6.** Graficzna reprezentacja triady na kole barw

#### 2.1.1.6. Tetrada

Tetrada (inaczej układ prostokątny) bazuje na dwóch parach kolorów dopełniających (rysunek 2.7). Wynikowy zestaw ma minimum cztery kolory, więc design wykonany z takim układem będzie bardzo zróżnicowany kolorystycznie. Tetrada działa najlepiej, kiedy jeden z kolorów jest mocno dominujący.

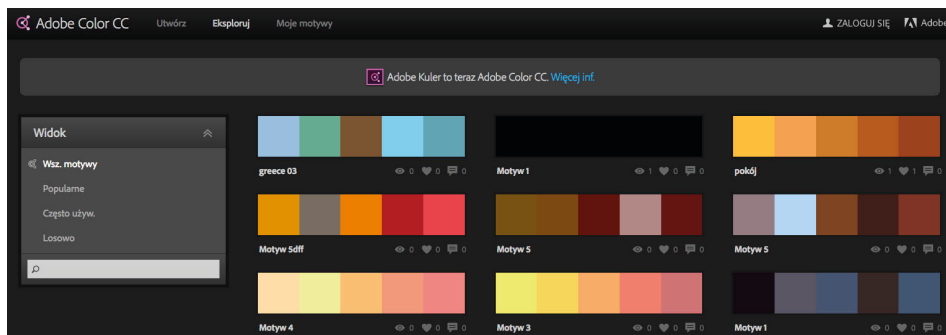


**Rysunek 2.7.** Graficzna reprezentacja tetrazy na kole barw

## 2.1.2. Korzystanie z gotowych zestawów kolorystycznych

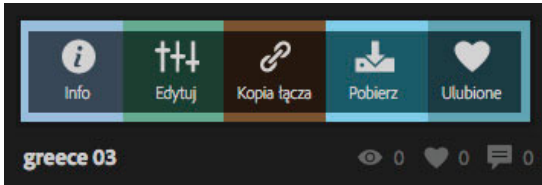
Tworzenie własnych zestawów kolorystycznych może być trudne lub czasochłonne, a na pewno wymaga pewnej wprawy i praktyki. Jeśli nie czujesz się na siłach, by to zrobić, Adobe ma dla Ciebie mnóstwo zestawów gotowych do pobrania i wykorzystania w Twoich projektach.

Adobe Color CC (dawniej Adobe Kuler) to strona internetowa, na której można tworzyć, edytować bądź przeglądać (i co ważne — pobierać) gotowe motywy kolorystyczne. Otwórz witrynę <https://color.adobe.com>. Po załadowaniu strony głównej przejdź w menu do sekcji *Eksploruj*. Na tej stronie znajdują się motywy kolorystyczne stworzone przez innych użytkowników Color CC i pozostałych aplikacji firmy Adobe (patrz rysunek 2.8). Aby zawęzić wyszukiwanie interesującego Cię motywu, możesz je posortować, klikając na menu boczne. *Popularne* wyświetli motywy najczęściej oznaczane jako lubiane (najwięcej kliknięć w serduszko), natomiast *Często używ.* wyświetli te najczęściej pobierane. Możesz także wyszukać motyw po nazwie, np. „autumn” dla motywów jesiennych.



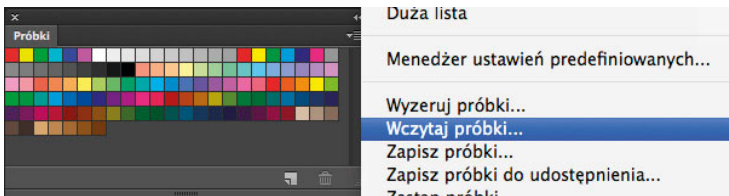
**Rysunek 2.8.** Witryna Adobe Color CC w zakładce Eksploruj

Jeśli któryś z motywów Ci się spodobał, najedź na niego myszą — pojawi się podręczne menu (rysunek 2.9). Możesz tutaj wyświetlić informację o motywie (jak np. autor i metadane), edytować motyw, skopiować bezpośredni link do motywu, dodać do ulubionych (ma sens, jeżeli jesteś zalogowany na koncie Adobe ID) lub pobrać. Kliknij w *Pobierz*. Jeśli nie jesteś zalogowany do konta Adobe ID, wyświetli się okienko logowania. Jeżeli nie masz tego konta, warto je założyć — jest to całkowicie darmowe. Jeśli jesteś już zalogowany, wciśnięcie przycisku *Pobierz* ściągnie na dysk twardy Twojego komputera plik z rozszerzeniem *.ase*.



**Rysunek 2.9.** Podręczne menu po najechaniu na wybrany motyw kolorystyczny

Aby wykorzystać pobrany motyw w Photoshopie, musisz załadować pobrany plik do programu. W tym celu przejdź do Photoshopa bądź uruchom go. Idź do panelu *Próbki* (*Swatches*) albo, jeśli jest on zamknięty, otwórz go z menu *Okno/Próbki* (*Window/Swatches*). Panel widoczny jest na rysunku 2.10. Kliknij w małą ikonkę opcji w prawym górnym rogu panelu i wybierz z menu polecenie *Wczytaj próbki* (*Load Swatches*). W oknie dialogowym przejdź do katalogu z plikiem *.ase*, zaznacz go i kliknij *Wczytaj* (*Load*). Próbki z kolorami motywu są teraz dodane na końcu matrycy z próbkami. Można zaczynać pracę. :)



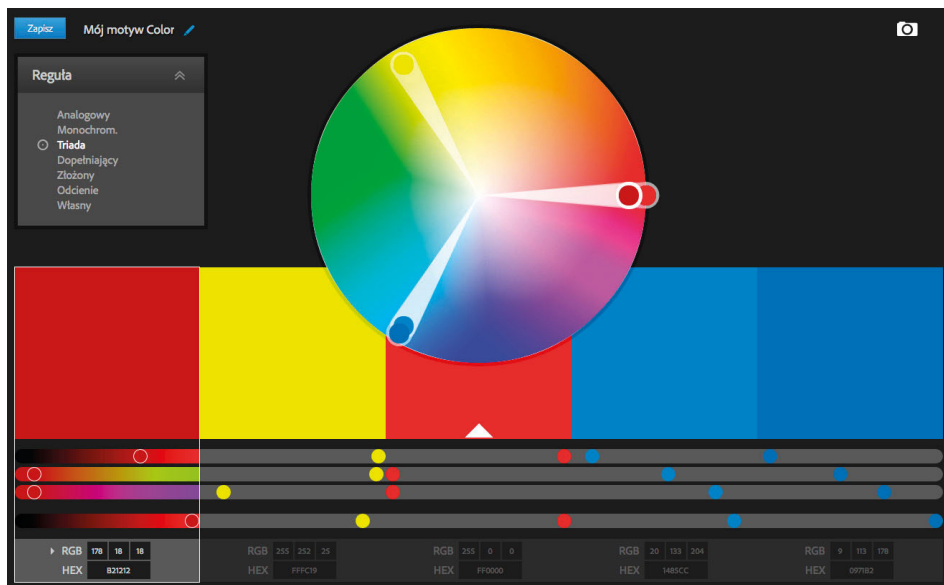
**Rysunek 2.10.** Panel *Próbki* (*Swatches*) i procedura dodawania pliku *.ase*

### 2.1.3. Tworzenie własnych zestawów kolorystycznych

Na stronie [color.adobe.com](http://color.adobe.com) możesz edytować gotowe motywy, najężdżając myszą na wybrany motyw i wybierając *Edytuj* z podręcznego menu. My jednak chcemy stworzyć motyw od podstaw.

W górnym menu kliknij na *Utwórz*. Przejdiesz do strony z kołem barwnym i domyślną metodą analogową doboru barw (rysunek 2.11). Możesz zmienić metodę, klikając na *Reguła*. Wybierz tutaj triadę (*Triada*).





**Rysunek 2.11.** Tworzenie własnego motywu na stronie Adobe Color CC

Na kole barw pojawią się trzy grupy kolorów. Poniżej koła jest wygenerowanych pięć kolorów, a kolor oznaczony białym trójkątem to barwa bazowa. Jeśli chcesz zmienić kolor bazowy, kliknij na dolnej części innego wygenerowanego koloru. Klikając i przeciągając kółka na kole barwnym, zmieniasz kolory triady.

Poniżej wygenerowanych kolorów znajdują się suwaki do precyzyjnej kontroli nad kolorem. Górne trzy będą zmieniały położenie kółka na kole, a czwarty służy do zmiany jasności koloru. Na samym dole mamy podane wartości wybranego koloru dla przestrzeni RGB i pod postacią szesnastkową.

Jeżeli Twój motyw jest gotowy, nadaj mu nazwę w lewym górnym rogu strony i kliknij w *Zapisz*. Po zapisaniu zostaniesz przekierowany na podstronę właśnie stworzonego motywu, skąd możesz go pobrać w pliku *.ase*, klikając na *Pobierz* w sekcji *Akcje*.

### 2.1.4. Tworzenie zestawów w aplikacji Adobe Color CC

Jeśli masz konto w Adobe Creative Cloud oraz iPada lub iPhone'a, możesz w prosty sposób stworzyć swój motyw kolorystyczny za pomocą aplikacji mobilnej Adobe Color CC. Jej instalacja jest darmowa, a do działania wymaga zalogowania się na konto Creative Cloud (możesz założyć je bezpłatnie na 30 dni). Aplikacja wyświetla to, co widzisz na urządzeniu, zatem skieruj go na jakiś interesujący kolorystycznie widok, a Color CC automatycznie rozpozna kolory. Jeżeli dany układ Ci się spodobał, możesz puknąć w ekran, by zablokować widok i barwy. Wybrane kolory będą wyświetlane w pionowym pasku po lewej stronie ekranu (rysunek 2.12).



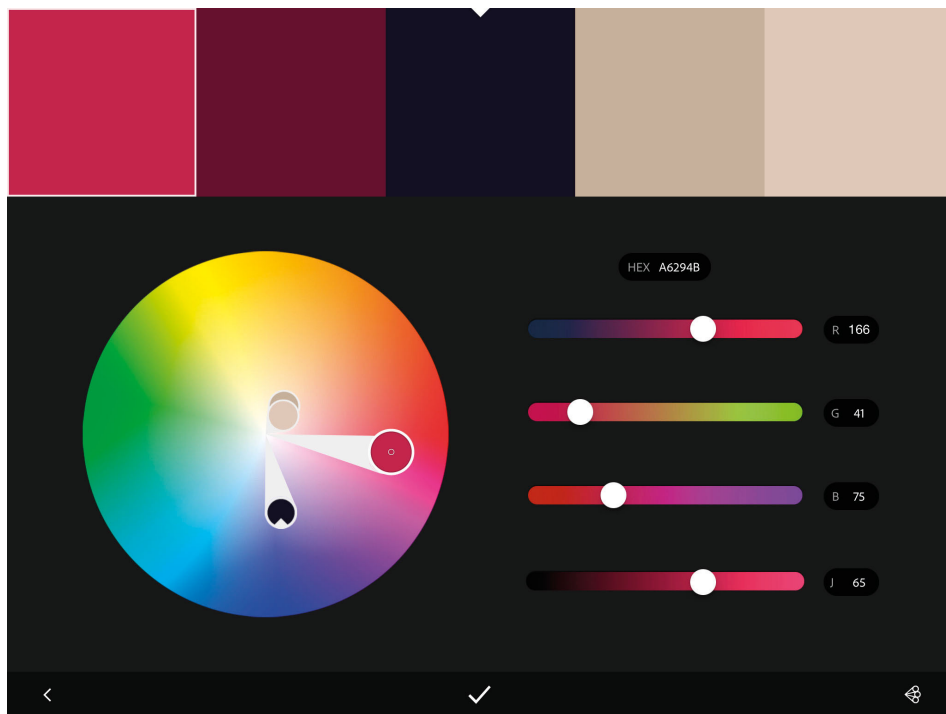
**Rysunek 2.12.** Aplikacja Adobe Color CC na iPadzie

Jeśli praca z obrazem na żywo Ci nie odpowiada, możesz przełączyć się na zdjęcie, pukając na prawym pasku w *Foto* i potem wykonując normalnie zdjęcie.

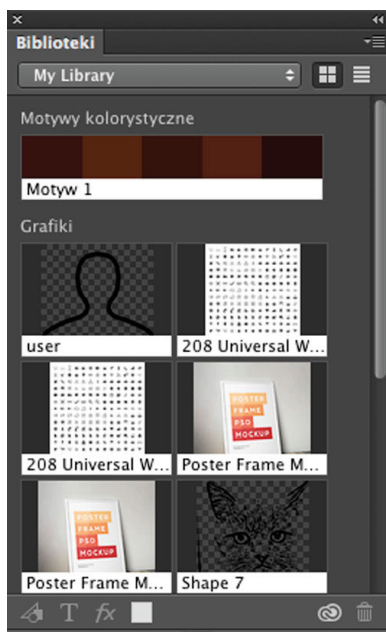
Każdy kolor wykryty na zdjęciu lub obrazie na żywo możesz zaznaczyć palcem i przesunąć w inne miejsce. Jest to przydatne, gdy jeden kolor w zestawie Ci nie pasuje i chcesz go zmienić. Możesz także pukać na kolory po lewej stronie, aby zidentyfikować je na podglądzie z obiektywu.

Jeśli chcesz dopracować wygenerowane kolory, puknij w ikonę koła barw w prawej górnej części ekranu (rysunek 2.13). Tutaj możesz modyfikować położenie kolorów na kole barw, a także korygować ich wspólną jasność (dolny suwak oznaczony literą *J*). Na dolnym pasku możesz wrócić do podglądu na żywo (ikona strzałki w lewo), wybrać inną metodę doboru kolorów (ikona „baloników”) lub zaakceptować motyw kolorystyczny, pukając w środkową ikonę. Wyświetlone zostanie okienko z nazwą motywu i opcjami udostępnienia w social media. Po puknięciu w *Gotowe* Twój motyw zostanie stworzony i umieszczony w bibliotece Creative Cloud oraz na Twoim koncie Adobe ID.

Jeżeli masz Photoshopa w wersji CC 2014.2 (aktualizacja z października 2014), możesz załadować utworzony motyw, uruchamiając panel *Biblioteki (Libraries)* i przeciągając kolory do panelu *Próbki (Swatches)*. Panel *Biblioteki (Libraries)* pokazuje rysunek 2.14. Jeśli masz wersję CC 2014, CC, CS6 albo wcześniejszą, postępuj tak samo jak z gotowymi motywami na stronie [color.adobe.com](http://color.adobe.com).



**Rysunek 2.13.** Edycja motywu kolorystycznego w aplikacji Adobe Color CC na iPadzie



**Rysunek 2.14.** Panel Biblioteki (Libraries) w Photoshopie CC 2014.2

## 2.2. Dobór fontów

Jeśli chcesz samodzielnie zaprojektować wygląd swojego sklepu internetowego lub chcesz mieć jakiś wpływ na dobór kolorów i stylu, prawdopodobnie prędkiej czy później natkniesz się na wybór fontów, czyli kroju pisma. Niedługo nie było zbyt wielu możliwości — trzeba było wybrać jakiś font systemowy, ponieważ wtedy miało się pewność, że każdy użytkownik internetu będzie taki font posiadał (i strona zostanie wyświetlona właśnie z tym fontem). Obecnie technologia pozwala na dołączanie do stron własnych fontów, niekoniecznie takich, które użytkownik ma u siebie na komputerze. To daje niesamowite możliwości stworzenia niepowtarzalnego stylu witryny sklepu. Ale jak i gdzie takie fonty znaleźć? I czy na pewno będzie można je wykorzystać na stronie internetowej i w materiałach promocyjnych?

Jest wiele serwisów z darmowymi fontami, jednak tak naprawdę za każdym razem powinniśmy przeanalizować dołączane do tych fontów licencje, by mieć gwarancję, że takiego fontu możemy użyć komercyjnie. Oto kilka z najpopularniejszych licencji:

**SIL (*SIL Open Font License* — **OFL**)** — wolna licencja stworzona specjalnie dla fontów. Pozwala na wykorzystywanie ich w celach komercyjnych i prywatnych, w projektach graficznych i na stronach internetowych. Nie trzeba podawać informacji o autorze fontu. Na tej licencji udostępniane są fonty w usłudze Google Fonts, o której powiem nieco później.

**Apache 2.0** — licencja umożliwiająca komercyjne zastosowanie fontu zarówno w projektach graficznych, jak i na stronach internetowych. Można też taki font dowolnie modyfikować.

**MIT (**X11**)** — licencja pozwalająca na komercyjne wykorzystanie fontu w projektach graficznych i na stronach internetowych. W odróżnieniu od poprzednich licencji zawiera wymóg, by na którejś z podstron witryny umieścić informacje o licencji fontu oraz jego autorze (może to być np. w regulaminie).

**Fonty Microsoft Office** — mogą być używane komercyjnie tylko w przypadku projektów graficznych. Nie mogą być rozpowszechniane, czyli między innymi wykorzystywane jako fonty na stronie internetowej (ponieważ takie fonty można zawsze pobrać na dysk komputera, co stanowiłoby właśnie redystrybucję czy rozpowszechnianie).

**Fonty Adobe** — mogą być stosowane do celów komercyjnych w projektach graficznych, ale wielu z tych fontów nie można używać na stronach internetowych (z powodów podobnych jak w przypadku fontów z pakietu Office). Fonty Adobe do wykorzystania na stronach internetowych można nabyć poprzez usługę Typekit, o której powiem później.

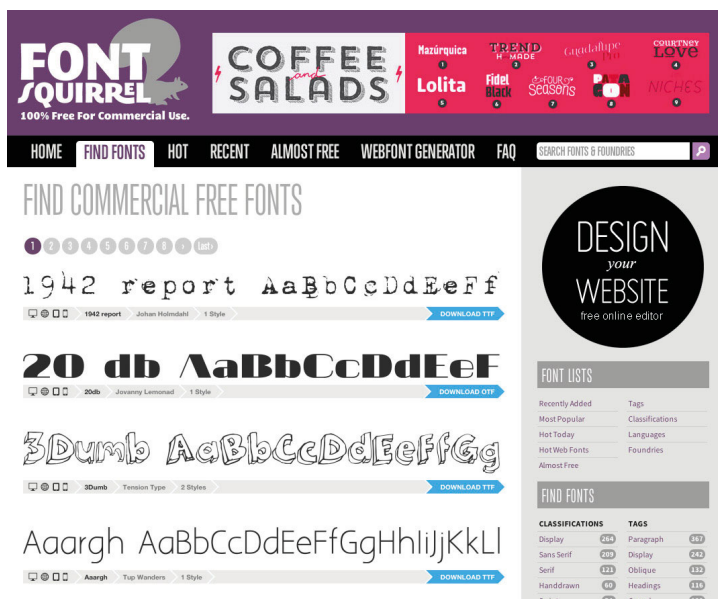
Teraz możemy przejść do najlepszych moim zdaniem źródeł darmowych fontów, które rzeczywiście można zastosować do naszych potrzeb, oraz do usługi Typekit, będącej świetnym rozwiązaniem dla użytkowników aplikacji Adobe.

## 2.2.1. Serwisy z darmowymi fontami

Wybrałem tutaj dwa serwisy internetowe, których używam od dawna i które nie zawierają spamu lub przekierowań do płatnych sklepów z fontami. Serwisy internetowe z fontami mają często jedną wadę, o której należy pamiętać w Polsce. Wiele z oferowanych tam fontów nie posiada polskich znaków, tzw. ogonków. Niestety w niektórych przypadkach nie da się tego sprawdzić z góry — najpierw trzeba taki font pobrać, zainstalować i sprawdzić w Photoshopie, czy te znaki istnieją.

### 2.2.1.1. FontSquirrel.com

FontSquirrel jest świetnym serwisem z fontami (rysunek 2.15), ponieważ prezentuje sporo informacji na temat każdego fontu oraz zakres ich legalnego wykorzystania. Pod każdym fontem mogą znajdować się ikonki: monitora (oznacza możliwość wykorzystania fontu w projektach graficznych), globu (zgoda na zastosowanie na stronach internetowych), tabletu (zgoda na użycie w e-bookach i dokumentach cyfrowych) oraz smartfona (zgoda na wykorzystanie w aplikacjach). FontSquirrel podaje także twórcę fontu i jego typ (np. TTF). Jeśli przy linku *Download* widoczne jest słowo *OFF SITE*, oznacza to, że font pobierzemy z zewnętrznej strony (czasami znaczy to, że font będzie dostępny np. po rejestracji konta lub podaniu adresu e-mail — nie polecam tego).



Rysunek 2.15.  
Serwis FontSquirrel

Aby znaleźć odpowiedni font dla siebie, zalecam wybieranie kategorii fontu w prawej szarej belce z sekcji *Find Fonts*. Poniżej możesz też wybrać właściwości fontu, takie jak możliwości użycia (*Licenses*) i określenie, czy chcesz ściągać fonty tylko z FontSquirrel (opcja *Downloads/Local Only*); możesz również wybrać fonty obsługujące wybrane języki (w naszym przypadku *Languages/Polish*).

### 2.2.1.2. DaFont.com

DaFont zawiera mnóstwo fontów, ale większość z nich jest darmowa tylko do użytku prywatnego (niekomercyjnego) — w prawym górnym rogu belki z fontem widnieje wtedy informacja *Free for personal use*. Aby wyszukać interesujące nas fonty, do dyspozycji mamy kategorie na górze strony (rysunek 2.16). Będąc w kategorii, mamy możliwość dalszego sortowania listy. Możemy kliknąć w link *More Options* i z rozwiniętej listy zaznaczyć *100% Free* i (lub) *Public Domain*, co oznacza fonty całkowicie darmowe, do użytku komercyjnego. Nie możemy tutaj jednak sortować fontów pod względem obsługi polskich znaków. Fonty pobieramy, klikając na przycisk *Download*.

The screenshot shows the DaFont.com website interface. At the top, there are navigation links for 'Login' and 'Register', and a language selection menu with options for English, Français, Español, Deutsch, Italiano, and Português. A banner for 'DOLLAR PHOTO CLUB' advertises 'Just \$1 an Image' for stock photos and vectors. Below the banner, there are navigation tabs for 'Themes', 'Authors', 'Forum', and 'Submit a font', along with a search bar and an alphabetical index (A-Z). A grid of font categories is displayed, including 'Fancy', 'Foreign look', 'Techno', 'Gothic', 'Basic', 'Script', 'Dingbats', and 'Holiday'. The 'Basic' category is selected, showing a list of font styles like 'Sans serif', 'Serif', 'Fixed width', and 'Various'. Below the categories, there is a search filter for 'Basic > Sans serif' with a pagination bar (1-46) and a preview section. The preview section includes a text input field, font size (20), and options to show variants, size, and sort by popularity. Two font results are shown: 'LemonMilk' by Artq Sya (146,515 downloads, Donationware) and 'Bebas Neue' by Dharma Type (3,936,528 downloads, 100% Free). Each result includes a 'Download' button and a 'Donate to author' link.

Rysunek 2.16. Serwis DaFont

Jeśli pobraliśmy już jakieś fonty, musimy je zainstalować w systemie operacyjnym, by były dostępne między innymi w Photoshopie. W systemach Windows Vista/7/8 wystarczy kliknąć prawym klawiszem myszy na plik fontu (.ttf lub .otf) i z menu podręcznego wybrać *Zainstaluj*. W systemie Windows XP trzeba przeciągnąć plik z fontem do katalogu *Czcionki* w Panelu sterowania. W systemie Mac OS trzeba dwukrotnie kliknąć na plik fontu i z okienka dialogowego wybrać przycisk *Zainstaluj*. Sytuację tę pokazuje rysunek 2.17.



**Rysunek 2.17.** Instalacja fontu Caviar Dreams w systemie Mac OS X Mavericks

## 2.2.2. Google Fonts

Google Fonts jest usługą, która pozwala w prosty sposób dołączyć fonty do strony internetowej. W przypadku Google Fonts nie pobieramy pliku z fontem, ale fragment kodu źródłowego, który należy wkleić do sekcji <head> każdej podstrony (jeśli nie wiesz, jak to zrobić, zleć to programiście).

Wejdz na stronę [google.com/fonts](http://google.com/fonts). Po lewej stronie możesz wybrać kategorię i styl fontów, które Cię interesują. Na środku znajduje się lista fontów, a powyżej niej możesz wpisać tekst podglądowy (*Preview Text*) oraz określić jego wielkość (*Size*).

Jeżeli zdecydowałeś się na któryś font, kliknij w przycisk *Add to Collection*. Na dole ekranu wyświetli się kolekcja, do której możesz dodać kilka różnych fontów. Teraz kliknij w przycisk *Use* po prawej stronie (rysunek 2.18). Wybierz style, pamiętając o tym, że im więcej zaznaczasz, tym dłużej użytkownik będzie musiał czekać na załadowanie Twojej strony. W punkcie drugim zaznacz *Latin* i *Latin Extended* (w ten sposób uzyskasz polskie znaki). W punkcie trzecim skopiuj podany kod do sekcji <head> swojej strony.

Aby użyć fontów na stronie, stylizuj nagłówki lub tekst za pomocą CSS w postaci `font-family: Wybrany font`.





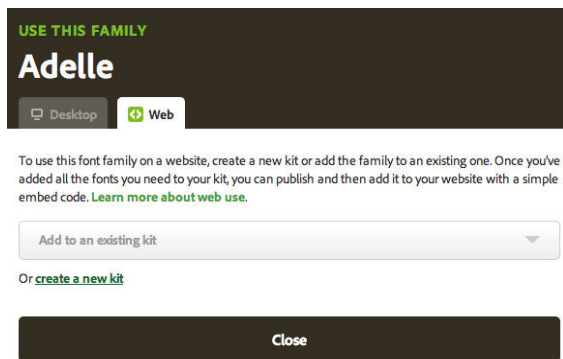
**Rysunek 2.18.** Sekcja Use w Google Fonts: 1 — wybrane fonty, 2 — zakres znaków do wyboru (pamiętaj o zaznaczeniu Latin Extended), 3 — obciążenie ładowania stron (nie wkraczaj na czerwone pole)

### 2.2.3. Adobe Typekit

Adobe Typekit jest płatną usługą oferującą fonty do komercyjnego wykorzystania w projektach graficznych i na stronach internetowych. Można wykupić okresowy abonament albo założyć konto w Creative Cloud, którego Typekit jest częścią. Typekit jest świetnym wyborem dla osób mających konto w Creative Cloud, ponieważ integruje się z Photoshopem (nie trzeba osobno instalować fontów w systemie) i ma mnóstwo opcji sortowania fontów.

Wejść na stronę [typekit.com/fonts](https://typekit.com/fonts). Proponuję od razu przejść do brązowej belki po prawej stronie. Tutaj można sortować fonty po stylu (*Classification*), licencji (*Available For*), przeznaczeniu (*Recommended For/Paragraphs* — fonty zalecane do długich tekstów, *Headings* — zalecane dla nagłówków i tytułów). Dalej mamy właściwości fontu: grubość (*Weight*), szerokość znaków (*Width*), wysokość małych liter (*x-height* — ogólnie im większa wartość, tym czytelniejszy będzie font w mniejszych rozmiarach na stronie WWW), kontrast (*Contrast* — także wpływa na czytelność), duże i małe litery lub tylko kapitaliki (*Standard or Caps Only*), styl cyfr (*Default Figure Style*). Poniżej jest jeszcze sekcja *Language Support*, gdzie warto zaznaczyć opcję *Polish* — główna lista pokaże wtedy fonty obsługujące polskie znaki.

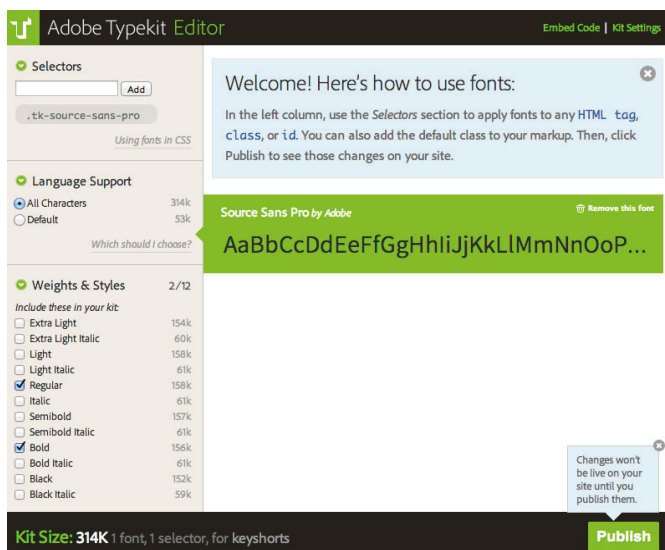
Aby użyć fontów Typekit, musisz być zalogowany. Możesz to zrobić, logując się kontem Adobe ID. Po zalogowaniu najedź myszą na wybrany font i kliknij na dole w *Use Fonts*. W zależności od licencji fontu pokaże się okno dialogowe z jedną albo dwoma zakładkami (rysunek 2.19). Przechodząc do zakładki *Desktop*, możemy zsynchronizować fonty z aplikacjami Adobe. Kliknij w *Sync selected fonts*. Po chwili wybrane w ten sposób fonty będą dostępne w Photoshopie.



**Rysunek 2.19.** Synchronizacja fontów dla internetu i desktopów

Jeśli natomiast wybierzesz zakładkę *Web*, będziesz musiał podać *Kit*, do którego font ma być dodany. Zakładam, że nie masz żadnego zestawu, więc stwórzmy go. Kliknij w link *Create new kit*. Pojawi się nowe okienko. W pole *Name* wpisz unikalną nazwę zestawu, a w pole *Domains* domenę swojego sklepu oraz *localhost* (do testów na lokalnym komputerze — w moim przypadku wpisałem *keyshorts.com*, *localhost*). Kliknij w *Continue*. Teraz musisz skopiować podany kod i wkleić go do sekcji `<head>` swojej strony; możesz też zlecić to programiście. Kliknij na *Continue*.

Jesteś w edytorze zestawu (rysunek 2.20). W sekcji *Language Support* zaznacz opcję *All Characters*, by uzyskać polskie znaki. W sekcji *Weights & Styles* odznacz te style, których nie potrzebujesz — w ten sposób pomniejszasz wagę fontów, które użytkownik Twojej strony będzie musiał pobierać. Jeśli stwierdzisz, że nie potrzebujesz jakiegoś fontu w zestawie, możesz kliknąć w link *Delete this font*. Aby się dowiedzieć, jakiej nazwy fontu używać w CSS, kliknij w link *Using fonts in CSS* — nazwa zostanie podana w cudzysłowie.

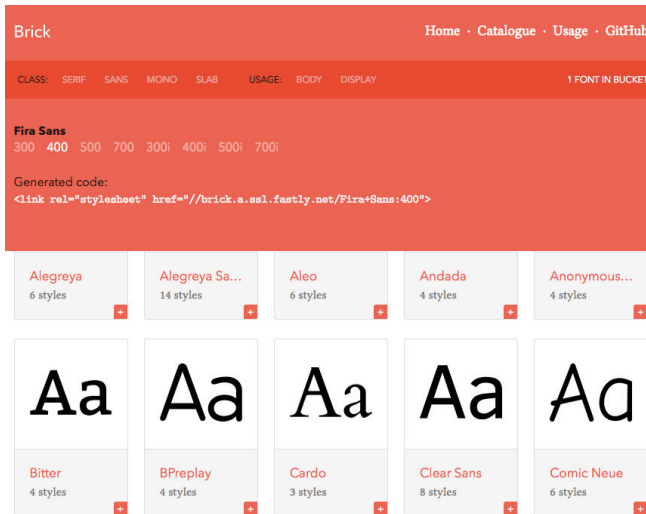


**Rysunek 2.20.** Edytor zestawu (Kit)

Jeżeli wszystko jest gotowe, kliknij w przycisk *Publish*. Jeśli wkleiłeś już podany wcześniej kod do swojej strony, po paru minutach fonty powinny zacząć działać w Twoim e-sklepie.

## 2.2.4. Brick.im

Serwis internetowy Brick.im (rysunek 2.21) to darmowe narzędzie do podłączania fontów do stron internetowych. Działa podobnie jak Google Fonts, ale jest znacznie prostszy w obsłudze. Wejdź na stronę *brick.im* i przejdź do podmenu *Catalogue*. Tutaj możesz wybrać interesujący Cię font. Kliknij na niego, by przejść do jego strony i zobaczyć szczegóły. Jeśli chcesz wykorzystać font, wróć do katalogu i kliknij przy foncie w plus. Font doda się do *Bucket*. Kliknij teraz w *Bucket* i skopiuj podany kod, a następnie wklej go do sekcji `<head>` swojej witryny lub zleć to programiście. Gotowe! :)



Rysunek 2.21. Serwis Brick.im

## 2.3. Tworzenie szkieletów i projektów stron internetowych

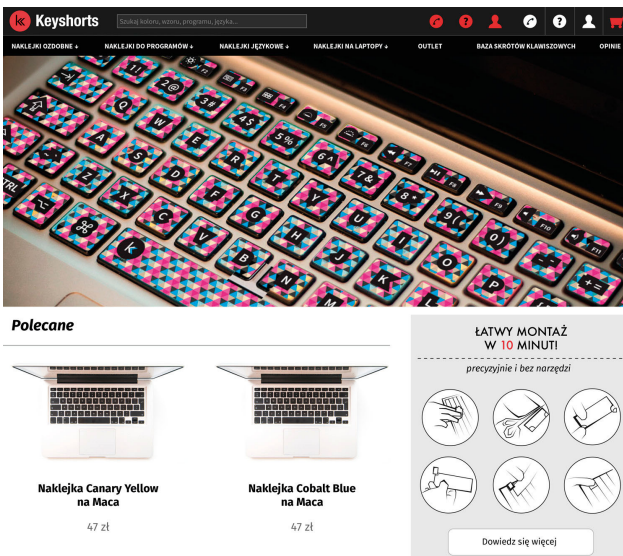
Projektowanie układu graficznego i wyglądu strony internetowej (*layout*) to temat na grubą książkę i najczęściej zadanie dla webdesignera. Moim celem w tym podrozdziale nie jest zaprezentowanie Ci tej rozległej dziedziny wiedzy (to wykracza poza zakres tematyczny tej książki), ale pokazanie, jak tworzyć w Photoshopie szkielety stron (*wireframe*) i układy funkcjonalne (*mockup*) dla potrzeb własnych i współpracy z innymi osobami. Programiści i ludzie, z którymi współpracujesz, najczęściej nie chcą czytać, gdzie ma się znaleźć nowy baner czy sekcja z dodatkowym opisem lub ikonami i jak to wszystko ma wyglądać — oni chcą to zobaczyć. Często trzeba (albo po prostu lepiej jest) im to zwizualizować.



Strony internetowe wizualizuje się za pomocą wireframe'ów i mockupów. *Wireframe* to szkielet funkcjonalny strony — określa, gdzie się znajdują poszczególne moduły tematyczne i funkcjonalne, np. gdzie jest zdjęcie produktowe, a gdzie moduł z tytułem i opisem produktu. Wireframe'y często pozbawione są stylizowanego tekstu, kolorów i grafik — jedyne, co tutaj wskazujemy, to położenie sekcji, ich wielkość, kształt i wzajemne relacje w układzie strony (rysunek 2.22).

**Rysunek 2.22.** Przykładowy wireframe strony internetowej

*Mockup* to wygląd strony przed jej zakodowaniem. W mockupie możemy określać kolory, fonty i właściwości tekstu, a także wstawiać konkretne zdjęcia i grafiki (rysunek 2.23).

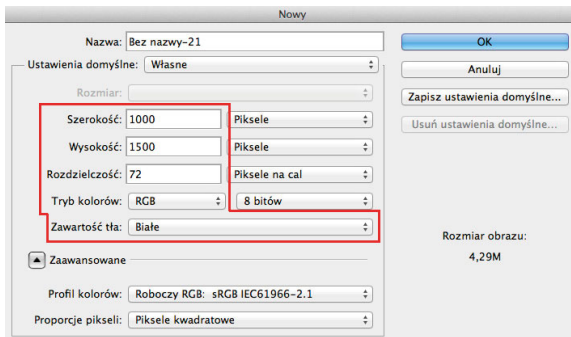


**Rysunek 2.23.** Pierwotny mockup sklepu internetowego keyshorts.com

W zależności od potrzeb warto tworzyć wireframe'y i (lub) mockupy dla potrzeb własnych, w celu prezentacji pomysłów i rozwiązań kierownictwu firmy bądź ze względu na współpracę z innymi specjalistami, głównie programistami, którzy będą kodować sklep internetowy — muszą oni dokładnie wiedzieć, jaka jest Twoja wizja.

### 2.3.1. Pomiary

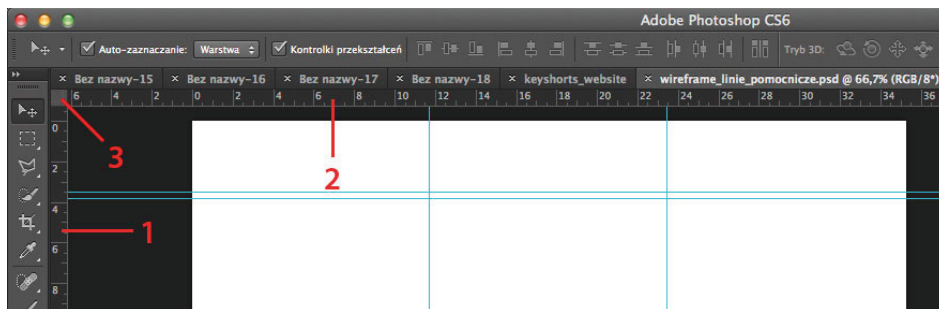
Aby zacząć tworzenie wireframe'u, musimy mieć nowy, pusty dokument. Na tym etapie trzeba określić szerokość strony internetowej. Taką decyzję zwykle podejmuje webdesigner, tym bardziej że w dobie urządzeń z ekranami o różnych rozmiarach ta szerokość nie ma stałej wartości, ale jest płynna (responsywna). Na potrzeby wizualizacji możemy jednak przyjąć, że typowy ekran będzie wyświetlał stronę internetową o szerokości 1000 pikseli. Stwórzmy więc nowy dokument (skrót *Ctrl+N*, na macu *Cmd+N*) o szerokości 1000 pikseli, wysokości 1500 pikseli, rozdzielczości 72 pikseli/cal, trybie koloru RGB, z białym tłem (rysunek 2.24).



**Rysunek 2.24.** Okno dialogowe tworzenia nowego dokumentu i elementy, które musimy ustawić


Kolejną rzeczą, którą musimy włączyć w Photoshopie, są miarki. Najprościej zrobić to skrótami *Ctrl+R* (na macu *Cmd+R*) lub wejść w menu *Widok (View)* i kliknąć w pozycję *Miarki (Rulers)*. Na krawędziach dokumentu pojawią się miarki — pionowa i pozioma. Kliknij prawym klawiszem myszy na którejś z nich i sprawdź, czy w menu podręcznym zaznaczone jest *Piks (Pixels)*. Chcemy mierzyć wszystko w pikselach. Rozmieszczenie miarek na dokumencie pokazuje rysunek 2.25.

Tworzenie wireframe'u warto rozpocząć od ustawienia sobie linii pomocniczych w kluczowych miejscach, oznaczających granice modułów. Robi się to liniami pomocniczymi, ponieważ można je łatwo odmierzyć od punktu zero zero, czyli lewego górnego rogu dokumentu.



**Rysunek 2.25.** Miarki w Photoshopie: 1 — miarka pozioma, skąd wyciągamy poziome linie pomocnicze; 2 — miarka pionowa, skąd wyciągamy pionowe linie pomocnicze; 3 — punkt 0,0, z którego możemy wyciągnąć nowe położenie punktu 0,0

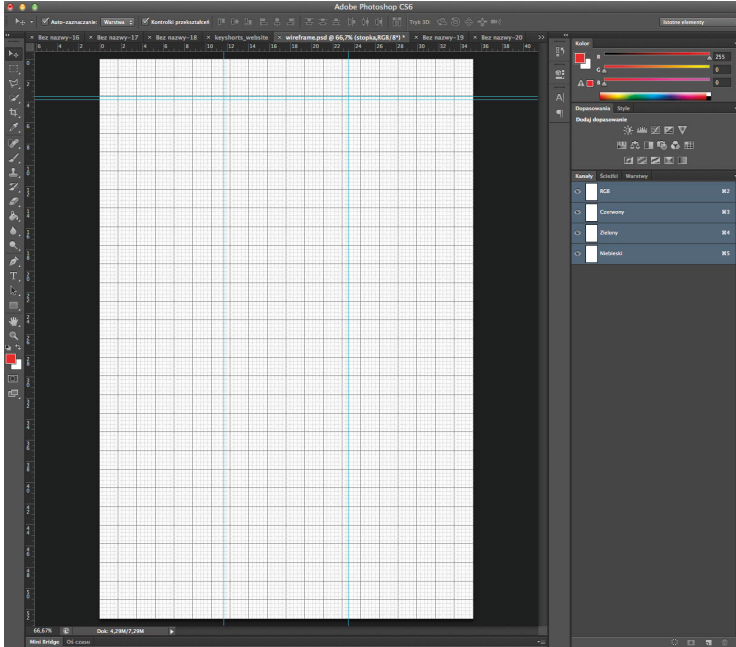
Wstawmy teraz dwie linie pomocnicze. Będą one określać dolną granicę nagłówka strony oraz lewą granicę modułu z opisem produktu. Wejść w menu *Widok (View)* i wybierz polecenie *Nowa linia pomocnicza (New Guide)*. W oknie dialogowym wybierz orientację *Poziomo (Horizontal)* i wpisz wartość 100 w pole *Pozycja (Position)*. Kliknij *OK*. Stworzyliśmy właśnie poziomą linię pomocniczą odsuniętą od górnej krawędzi dokumentu o dokładnie 100 pikseli. Analogicznie utwórz linię pionową (opcja *Vertical*), odsuwając linię o 33,3% od lewej krawędzi dokumentu. Stwórz też kolejną linię pionową z odsunięciem o 66,6%.

Jeśli chcesz zmodyfikować położenie linii pomocniczej, wybierz narzędzie *Przesunięcie (Move)* , skrót *V*, najedź na linię, kliknij i przeciągnij. Jeżeli chcesz usunąć daną linię pomocniczą, to niestety nie można tego zrobić pojedynczo. Możesz jedynie usunąć wszystkie linie poleceniem *Usuń linie pomocnicze (Clear Guides)* z menu *Widok (View)*. Możesz także ręcznie tworzyć linie pomocnicze, jeśli jest to dla Ciebie wygodniejsze. Wystarczy kliknąć na odpowiednią linijkę i przeciągnąć mysz na dokument — widoczna będzie seledynowa linia. Ustaw ją w żądanej pozycji i zwolnij lewy klawisz myszy.

Po stworzeniu wszystkich potrzebnych linii pomocniczych warto je zablokować, by nie były przypadkowo zaznaczone. Wejść w menu *Widok (View)* i wybierz *Zablokuj linie pomocnicze (Lock Guides)*.

Tworzenie linii pomocniczych określających granice mniejszych elementów, a także tworzenie samych elementów jest prostsze, jeżeli włączymy widoczność siatki. Aby to zrobić, wejść w menu *Widok/Pokaż (View/Show)* i wybierz *Siatka (Grid)*. Żeby siatka była użyteczna, wejść w *Preferencje (Preferences)*, przejdź do zakładki *Linie pomocnicze, siatka i plasterki (Guides, Grid & Slices)* i w sekcji *Siatka (Grid)* ustaw *Linie siatki co (Gridline Every)* na 50 pikseli, a *Podziałka (Subdivisions)* na 5. W ten sposób siatka będzie miała komórki o rozmiarze 50 x 50 pikseli z 5 podziałami wewnątrz, co 10 pikseli. Kliknij *OK*, by zaakceptować zmiany. Gotową siatkę prezentuje rysunek 2.26.





**Rysunek 2.26.** Dokument wireframe'u z wprowadzonymi liniami pomocniczymi i zdefiniowaną siatką

Kiedy stworzysz już swoje linie pomocnicze i zdefiniujesz siatkę, warto włączyć przyciąganie do siatki i linii pomocniczych. W ten sposób obiekty podczas tworzenia będą automatycznie przyciągane do tych pomocniczych elementów. Aby to zrobić, wejdź w menu *Widok (View)* i zaznacz pozycję *Przyciągaj (Snap)*, a następnie wejdź w menu *Widok/Przyciągaj do (View/Snap To)* i zaznacz kolejno *Linie pomocnicze (Guides)* oraz *Siatka (Grid)*. Gotowy plik ćwiczeniowy z tego etapu znajdziesz w *Rozdział 2/2.3/wireframe\_linie\_pomocnicze.psd*.

**WSKAZÓWKA:** Jeśli potrzebujesz zwizualizować coś w istniejącym sklepie internetowym, lepszym sposobem jest wykonanie zrzutu ekranu istniejącej strony i praca na takim podkładzie w Photoshopie. Aby wykonać zrzut ekranu, uruchom żądaną podstronę sklepu w przeglądarce internetowej i w systemie Windows wciśnij klawisz *Printscreen* (często oznaczany jako *PrtSc* albo *PrtScr*). Jeżeli cała strona nie mieści się w oknie przeglądarki, wykorzystaj skrót *Ctrl+* (na macu *Cmd+*) w przeglądarce internetowej, by ją pomniejszyć.

Teraz przejdź do Photoshopa i stwórz nowy dokument. W oknie dialogowym nowego dokumentu powinny być wpisane szerokość i wysokość Twojego ekranu. Kliknij *OK* i wykorzystaj skrót *Ctrl+V*, aby wkleić zrzut ekranu ze schowka.



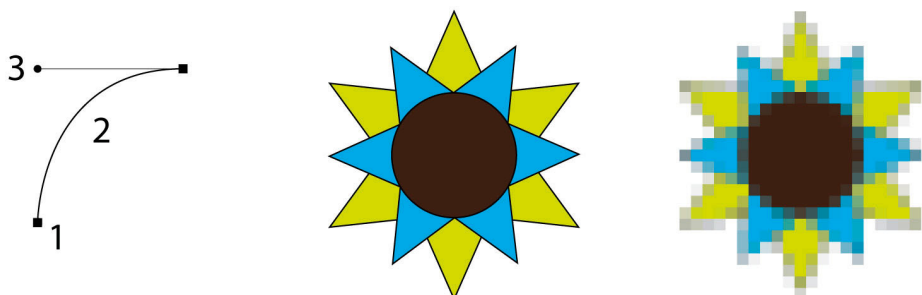
W systemie Mac OS wciśnij kombinację klawiszy *Cmd+Ctrl+Shift+4*. Cursor myszy zmieni się na celownik. Kliknij i przeciągnij obszar, który chcesz zrzucić. Po usłyszeniu dźwięku migawki przejdź do Photoshopa i postępuj dalej analogicznie jak w Windowsie, pamiętając, żeby zamiast *Ctrl+V* dla wklejenia schowka wciśnąć *Cmd+V*.

**WSKAZÓWKA:** Jeśli chcesz wkleić do mockupu jakieś grafiki czy zdjęcia, najłatwiej jest to zrobić poprzez przeciągnięcie takiego pliku z Eksploratora (w Windowsie) lub z Findera (w Mac OS) do Photoshopa. Plik zostanie osadzony w dokumencie mockupu jako obiekt inteligentny.

Teraz, kiedy mamy wrysowane linie pomocnicze i ustawioną siatkę, możemy przejść do tworzenia konkretnych elementów graficznych i tekstu.



### 2.3.2. Podstawowe kształty

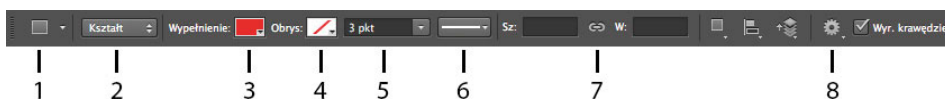
W Photoshopie możemy tworzyć podstawowe kształty za pomocą tzw. ścieżek wektorowych (rysunek 2.27). Najistotniejszymi dla nas w tej chwili cechami wektorów są ich pełna skalowalność i edytowalność (co jest często niezbędne w przypadku tworzenia wireframe'ów, kiedy próbuje się wielu rozwiązań, rozmiarów i kształtów).



**Rysunek 2.27.** Ścieżki wektorowe: 1 — kotwica, 2 — krzywa (ścieżka), 3 — uchwyt modyfikujący wygięcie krzywej. Porównanie wyglądu grafiki wektorowej i rastrowej (w środku i po prawej)

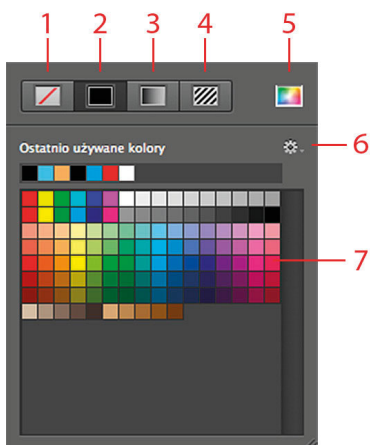
W Photoshopie istnieją cztery narzędzia do pracy z wektorami: *Pióro* (*Pen* — służące do konstruowania dowolnych kształtów), *Tekst* (*Type* — do wprowadzania tekstu), grupa narzędzi z domyślnym *Prostokąt* (*Rectangle* — do tworzenia podstawowych figur geometrycznych; poza prostokątem mamy do dyspozycji prostokąt z zaokrąglonymi rogami, elipsę, wielokąt, linię i kształt własny). Czwartym narzędziem jest *Zaznaczanie ścieżek* (*Path Selection* oraz *Direct Selection* — *Zaznaczanie bezpośrednie*: pierwsze służy do zaznaczania ścieżek wektorowych, drugie — ich fragmentów). Na tym etapie pominiemy pracę z piórem (omówię to narzędzie w dalszej części książki).

Zacznijmy pracę od stworzenia prostokąta symbolizującego nagłówek strony. Wybierz narzędzie *Prostokąt* (*Rectangle*)  (skrót *U*). Przejdź do paska opcji narzędzia i kliknij w ikonę  (rysunek 2.28). Upewnij się, że opcja *Od środka* (*From Center*) jest odznaczona. Kliknij w punkcie (0,0) dokumentu i przeciągnij, aż tworzony prostokąt będzie miał 1000 x 100 pikseli. Zwolnij lewy klawisz myszy. Domyślnie Twój prostokąt będzie czarny, ale za chwilę to zmienimy. Jeśli chcesz, możesz tworzyć obiekty, wpisując ich wymiary. Mając wybrane narzędzie, kliknij raz w miejscu, gdzie ma się znaleźć lewy górny róg obiektu [lub zaznacz opcję *Od środka* (*From Center*), by tworzyć obiekty od środka]. Pojawi się okno dialogowe, w którym wpisz szerokość i wysokość, a potem kliknij *OK*. Teraz możesz zmienić domyślne wypełnienie i obrys obiektu. Przejdź do paska opcji narzędzia i kliknij w czarny prostokąt obok nazwy *Wypełnienie* (*Fill*).





**Rysunek 2.28.** Pasek opcji dla narzędzia Prostokąt (*Rectangle*): 1 — wybór narzędzia z tej grupy, 2 — tryb pracy (kształt, ścieżka, piksele), 3 — kolor wypełnienia, 4 — kolor obrisu, 5 — grubość obrisu, 6 — styl obrisu, 7 — szerokość i wysokość kształtu, 8 — ikona opcji kształtu

Na samej górze okienka, które się pojawiło (rysunek 2.29), możesz wybrać typ wypełnienia. Klikając w pierwszą ikonę, wyłączysz wypełnienie (będzie przezroczyste). Klikając w kolejne ikony, otrzymasz jednolity kolor, gradient lub wzorek. Wybierzmy jednolity kolor i wskaźmy jasnoblękitny kolor o nazwie *Pastelowy niebieskozielony* (*Pastel Cyan*). Zamknij okienko, klikając poza nie.




**Rysunek 2.29.** Menu Wypełnienie (*Fill*), służące do wyboru koloru wypełnienia obiektu wektorowego: 1 — brak wypełnienia, 2 — kolor jednolity, 3 — gradient, 4 — wzorek, 5 — wybór koloru z próbnika, 6 — menu panelu, 7 — gotowe próbki, gradienty i wzorki

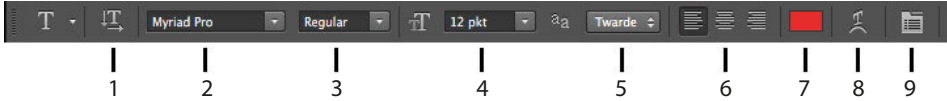
Kliknij w pole *Obrys (Stroke)*. Pojawi się dokładnie to samo okienko co przy wypełnieniu, ale teraz będziemy nadawać kolor obrysu. Wybierz czerń. Po zamknięciu okienka zmienimy grubość obrysu. Kliknij w listę po prawej stronie od pola *Obrys (Stroke)* i wpisz *1 pkt*. Nasz obrys będzie miał grubość 1 punktu. Na końcu możemy zmienić styl obrysu i jego umiejscowienie. Kliknij w listę z poziomą linią — rozwinie się okienko wyboru stylu obrysu. Poza stylem możemy tu ustawić położenie obrysu względem ścieżki wektorowej — pole *Wyrównanie (Align)*. Domyślnie obrys znajduje się od wewnątrz ścieżki, ale możemy to zmienić na położenie centralne (połowa obrysu wewnątrz, połowa na zewnątrz) lub na położenie zewnętrzne.

Jeśli masz już więcej niż jeden obiekt wektorowy w dokumencie, to musisz jakoś je zaznaczać, by modyfikować ich właściwości bądź kształt. Każdy taki obiekt ma swoją warstwę, lecz pamiętaj, że zaznaczenie warstwy z obiektem nie równa się zaznaczeniu samego obiektu. Kształty wektorowe zaznaczamy narzędziem *Zaznaczanie ścieżek (Path Selection)* , skrót *A*. Dopiero wtedy mamy dostęp do właściwości konkretnego kształtu. Klikając i przeciągając tym narzędziem, zmieniamy położenie obiektu na jego warstwie. Jeżeli chcemy zaznaczyć jedynie fragment kształtu (np. jedną kotwicę), musimy wybrać narzędzie *Zaznaczanie bezpośrednio (Direct Selection)* . Jest ono zgrupowane razem z narzędziem *Zaznaczanie ścieżek (Path Selection)*, więc aby je uzyskać, kliknij w nie i przytrzymaj lewy przycisk myszy. Gotowy wireframe z kształtami i tekstem znajdziesz w *Rozdział 2/2.3/wireframe.psd*.

### 2.3.3. Tworzenie i formatowanie tekstu

Tekst w Photoshopie możemy tworzyć dwojako: albo jako pojedynczy napis, albo jako blok tekstu (akapit). Wybierz narzędzie *Tekst (Type)* , skrót *T*. Kliknij na dokumencie. Pojawi się migający znak informujący o miejscu wpisywania tekstu. Wpisz tekst. Czasami zdarzy się, że domyślna wielkość tekstu będzie zbyt mała dla dokumentu. Zaraz to naprawimy. By zakończyć wpisywanie tekstu, wybierz jakieś narzędzie, najlepiej *Przesunięcie (Move)*. Aby szybko przeskalować tekst, wciśnij *Ctrl+T*, na macu *Cmd+T*, i z wciśniętym klawiszem *Shift* kliknij za róg i pociągnij. Bardziej tradycyjna metoda to ponowne wybranie narzędzia *Tekst (Type)*, zaznaczenie tekstu i zmiana rozmiaru w polu *Rozmiar czcionki (Font Size)* — rysunek 2.30. Największa wielkość na tej liście to 72 punkty, co dla naszego dokumentu może być i tak za mało. Dlatego warto stosować tę pierwszą metodę.

**WSKAZÓWKA:** Nie korzystaj z więcej niż trzech fontów na grafice, ponieważ stwarza to wrażenie chaosu. Jedynym wyjątkiem jest celowy zabieg polegający na umieszczeniu wielu liter lub wyrazów pisanych różnymi fontami.



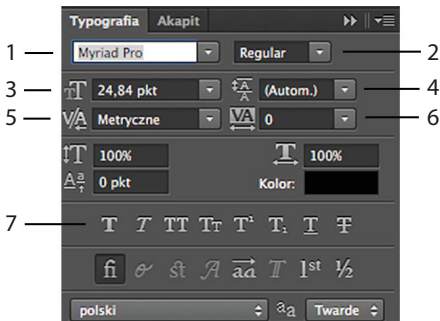
**Rysunek 2.30.** Pasek opcji dla narzędzia Tekst (Type): 1 — zmiana orientacji tekstu (poziomy/pionowy), 2 — font, 3 — styl fontu (pogrubiony, kursywa itd.), 4 — wielkość tekstu, 5 — metoda wygładzania, 6 — wyrównanie, 7 — kolor, 8 — zniekształcenia tekstu, 9 — przywołanie panelu Typografia/Akapit (Character/Paragraph)

**WSKAZÓWKA:** Pamiętaj, aby Twoje napisy miały prawidłową wielkość. Ocenisz ją poprawnie, gdy Twój dokument będzie na 100-procentowym powiększeniu widoku. Jeśli jest inaczej, powiększ lub pomniejsz widok, korzystając ze skrótów *Ctrl++* i *Ctrl+-*.

Kiedy tekst jest zaznaczony, możemy zmienić jego font, klikając w pierwszą listę. Poprzez wpisanie tu pierwszych liter nazwy fontu możemy go szybko wyszukać. Lista obok pozwala wybrać styl fontu, np. pogrubiony lub pochylony. Dalej mamy opcje antyaliasingu (wygładzania liter) — proponuję ustawić na *Ostre (Sharp)* i nie zmieniać, ewentualnie wybrać lepiej wyglądającą metodę, z pominięciem *Brak (None)* i *Płynne (Smooth)*.

Następne trzy ikony to wyrównanie, kolejno do lewej (domyślne), do środka i do prawej. Później mamy prostokąt o zmiennym kolorze. Klikając w niego, przywołamy okno *Próbnika kolorów (Color Picker)*, w którym możemy zmienić kolor tekstu.

Podczas tworzenia dużych napisów warto mieć kontrolę nad odstępami pomiędzy poszczególnymi literami. Czasami domyślne odstępy są za duże albo za małe, co powoduje brak harmonii w napisie. Taki odstęp pomiędzy parą znaków określa się mianem *kerningu* i można go łatwo modyfikować w Photoshopie. Ustaw punkt wpisywania tekstu pomiędzy dwoma literami, wciśnij klawisz *Alt/Opt* i strzałkami lewo i prawo dostosuj odległość. Możesz też zmienić ustawienia automatycznego kerningu, co zalecam. W pasku opcji narzędzia kliknij w ikonę panelu (rysunek 2.31), a następnie w polu *Kerning (Kerning)* zmień opcję z *Metryczne (Metrics)* na *Optyczne (Optical)*.



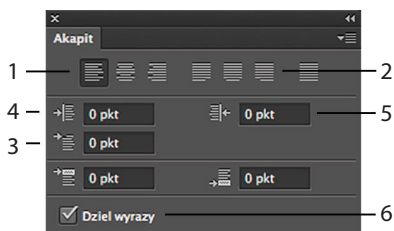
**Rysunek 2.31.** Panel Typografia (Character): 1 — wybór fontu, 2 — styl fontu, 3 — wielkość tekstu, 4 — interlinia, 5 — kerning, 6 — tracking, 7 — modyfikacja tekstu (od lewej: sztuczne pogrubienie, sztuczna kursywa, wersaliki, kapitaliki, indeks górny, indeks dolny, podkreślenie, przekreślenie)

Jeśli potrzebujesz rozstrzelić tekst, czyli stworzyć równe odstępy pomiędzy wszystkimi literami i znakami niedrukowalnymi, nie wstawiaj dodatkowych spacji między litery. Do tego służy *tracking*. W polu *Tracking (Tracking)* wybierz wartość bądź wpisz swoją. Wartości ujemne będą zmniejszać odstępy między literami, a dodatnie — zwiększać je.

Przejdźmy do bloków tekstu lub, inaczej, tekstu akapitowego. Wybierz narzędzie *Tekst (Type)*, a następnie kliknij i przeciągnij, wskazując obszar tekstu. Tak wpisywany tekst będzie się zawierał wewnątrz stworzonego pola.

Przy tworzeniu tekstu składającego się z wielu linii prawdopodobnie będziesz chciał dostosować odstęp pomiędzy nimi (zwany interlinią albo, z angielska, *leading*). Wejść w panel *Typografia (Character)* i w polu *Określ interlinię (Leading)* zmień opcję z *Autom. (Auto)* na konkretną wartość. Zwykle wystarczy wartość auto, która tworzy interlinię o wielkości 1,2 wielkości tekstu.

Mając blok tekstu, możemy wykorzystać opcje dostępne w panelu *Akapit (Paragraph)* — rysunek 2.32. Przydatne są górne ikony określające wyrównanie tekstu (pierwsze trzy) oraz justyfikację — równomierne rozmieszczenie tekstu do lewej i prawej krawędzi z wolnym ostatnim wierszem, który może być wyrównany do lewej, do centrum bądź do prawej. Na dole mamy też opcję *Dziel wyrazy (Hyphenate)*, która określa, czy może zachodzić dzielenie wyrazów, czy też nie.



**Rysunek 2.32.** Panel Akapit (Paragraph): 1 — wyrównanie tekstu, 2 — justyfikacja tekstu, 3 — odstęp pierwszej linii od lewej strony, 4 — odstęp tekstu od lewej krawędzi akapitu, 5 — odstęp tekstu od prawej krawędzi akapitu, 6 — dzielenie wyrazów

**WSKAZÓWKA:** W Photoshopie CS6 dodano możliwość tworzenia stylów znakowych i akapitowych. Umożliwiają one zastosowanie danych ustawień fonu bez potrzeby ich każdorazowego definiowania.

Otwórz panel *Style znaków (Character Styles)*, wchodząc w menu *Okno/Style znaków (Window/Character Styles)*. Zaznacz tekst, którego styl chcesz zapisać, lub nie zaznaczaj niczego, jeśli chcesz stworzyć styl od podstaw. Kliknij w ikonę *Utwórz nowy styl znaków (Create new character style)*. Na liście stylów pojawi się styl *Styl znaków 1 (Character Style 1)*. Kliknij dwukrotnie w nazwę stylu, aby wejść w jego edycję.

Przed wszystkim zmień jego nazwę na bardziej opisową. W sekcji *Podstawowe formaty znaków (Basic Character Formats)* możesz ustawić font, jego styl, wielkość, interlinię, kerning i tracking. Zakładka *Zaawans. formaty znaków*

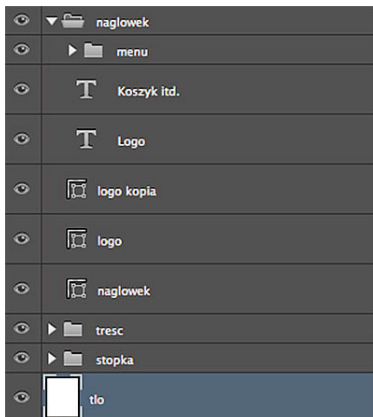
(*Advanced Character Formats*) pozwala modyfikować skalę znaków i położenie indeksu górnego, a także wskazanie języka, w jakim pisany jest tekst (jest to wykorzystywane przez silnik dzielenia wyrazów). Zakładka *Funkcje OpenType* (*OpenType Features*) dotyczy fontów OpenType — można tam określić użycie specjalnych znaków, np. ligatur.

**WSKAZÓWKA:** Jeśli chcesz wypełnić kolumny tekstem, ale nie masz go jeszcze gotowego, skorzystaj z „Lorem ipsum”. Taki zastępczy tekst możesz wkleić w Photoshopie CS6 i nowszych, wchodząc do menu *Tekst/Wklej tekst lorem ipsum* (*Type/Paste Lorem Ipsum*). Jeżeli masz wcześniejszą wersję programu, tekst wygenerujesz na stronie <http://pl.lipsum.com/feed/html>. Skopiuj go (*Ctrl+C*, na macu *Cmd+C*) i wklej do Photoshopa (*Ctrl+V*, na macu *Cmd+V*).

### 2.3.4. Tworzenie struktury

Podczas tworzenia wireframe’ów i mockupów warto w odpowiedni sposób organizować hierarchię warstw i ich grup. Od Photoshopa CS4 mamy możliwość tworzenia grup warstw. Aby stworzyć taką grupę, wystarczy przejść do panelu *Warstwy* (*Layers*) i kliknąć ikonę nowej grupy *Utwórz nową grupę* (*New Group*). Ta metoda utworzy nową pustą grupę, do której możemy dokładać nowe warstwy lub przenosić już istniejące. Żeby przenieść istniejące warstwy, zaznacz je, a następnie kliknij i przeciągnij na grupę. Po upuszczeniu warstwy powinny być lekko wcięte z lewej strony, bardziej niż pozostałe. To oznacza, że są teraz wewnątrz grupy. Aby zamknąć grupę, kliknij w trójkącik obok jej nazwy.

W ten sposób możemy np. pogrupować warstwy nagłówka do grupy *nagłówek* itd. (rysunek 2.33).



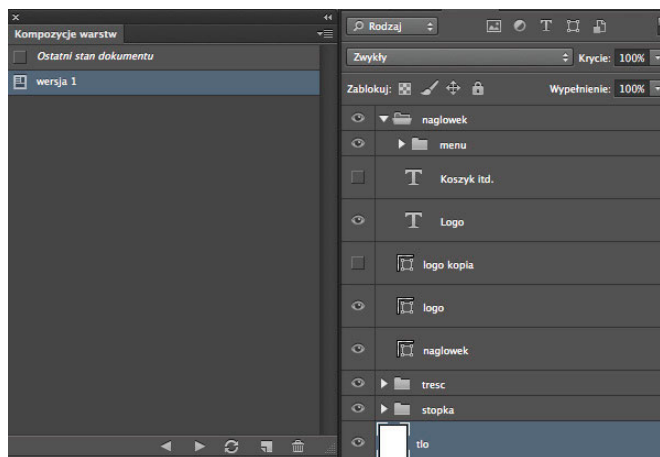
**Rysunek 2.33.** Panel Warstwy (Layers) z warstwami i grupami warstw

Nieco lepszą metodą na grupowanie warstw jest najpierw ich stworzenie, a potem grupowanie. By utworzyć grupę z zaznaczonych warstw (aby były one od razu wewnątrz grupy), podczas klikania w ikonę tworzenia nowej grupy wciśnij klawisz *Shift*.

Kolejną z przydatnych funkcji Photoshopa są kompozycje warstw. Pozwalają one zapisać jako kompozycję zestaw widocznych warstw, dzięki czemu jest to świetne narzędzie do tworzenia wersji mockupów i wireframe'ów.

W swoim dokumencie stwórz warstwy i grupy warstw dla dwóch wersji układu funkcjonalnego strony. W panelu *Warstwy (Layers)* ukryj widoczność warstw tak, by na ekranie była tylko pierwsza wersja. Teraz otwórz panel *Kompozycje warstw (Layer Comps)* z menu *Okno (Window)*. Kliknij w ikonę tworzenia nowej kompozycji. W pole *Nazwa (Name)* wpisz nazwę, a z pozostałych opcji zaznacz *Widoczność (Visibility)* — kompozycja zapisuje wtedy widoczność warstw — *Położenie (Position)* i *Wygląd (Appearance)*. Kliknij *OK*. Teraz ukryj warstwy pierwszej wersji tak, aby na ekranie widoczna była wersja druga. Kliknij w ikonę nowej kompozycji i postępuj analogicznie jak w pierwszej wersji.

Masz teraz dwie kompozycje, pomiędzy którymi możesz się szybko przełączać, klikając na ikonę po lewej stronie od nazwy kompozycji (rysunek 2.34).



**Rysunek 2.34.**  
Kompozycja warstw i ich stan w panelu Warstwy

**WSKAZÓWKA:** W Photoshopie istnieje możliwość wyeksportowania kompozycji warstw do plików. Wejdź w *Plik/Skrypty/Kompozycje warstw do plików (File/Scripts/Layer Comps to Files)* lub do *PDF (Layer Comps to PDF)*. W oknie dialogowym skryptu wystarczy podać folder docelowy oraz określić format eksportowanych plików. Na końcu kliknij w *Uruchom (Run)*.

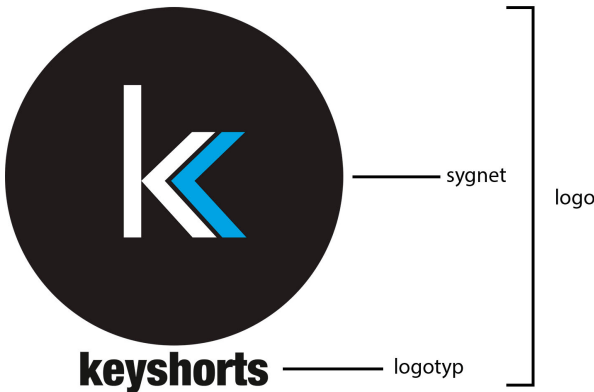


## 2.4. Tworzenie elementów graficznych sklepu

Ten podrozdział tak naprawdę powinien nosić nazwę: „Jak inteligentnie tworzyć elementy graficzne sklepu, nie dokładając sobie dodatkowej pracy”, ale redakcja by tego nie przyjęła. ;) Omówię tutaj te elementy graficzne, które być może będziesz musiał wykonać samodzielnie; może się też zdarzyć, że będziesz musiał zmodyfikować istniejące już materiały. Zacznijmy od najważniejszego, czyli logo.

### 2.4.1. Logo

Logo jest najistotniejszym elementem graficznym Twojego sklepu (rysunek 2.35). Symbolizuje ono to, co sobą reprezentujesz, co sprzedajesz i jak to robisz. Tak naprawdę powinienem tu napisać, żebyś zatrudnił projektanta, który takie logo dla Ciebie wykona. Nie „projektanta” z Allegro, tylko prawdziwego projektanta. Zapewne oprócz logo zaprojektuje Ci też wizytówki, papiery firmowe, koperty, pudełka do wysyłki — wszystko to, co Twoi klienci widzą podczas kontaktu z Twoim sklepem. Lepiej niech to będzie dobre logo.



**Rysunek 2.35.** Nie myl logo z logotypem. Logotyp jest tylko częścią logo, choć może też występować samodzielnie

Z drugiej strony, patrząc na światek e-commerce, nie ma tutaj wielu wybitnych znaków (jedyne, które zapada w pamięć, to logo Amazona ze swoją strzałką od A do Z), a i tak branża kwitnie. Myślę, że dla klienta ważniejsze są świetny produkt, szybka wysyłka i wzorowa obsługa klienta niż branding sklepu. Jeśli już, to od samego logo istotniejsza jest spójność wszystkich elementów: logo, wystroju strony, kolorów, które wszystkie razem sprawiają, że po pewnym czasie ludzie rozpoznają markę właśnie po stylu. Trzeba też pamiętać, że wydawanie sporej sumy pieniędzy na branding dla sklepu, który dopiero startuje i nie wiemy, czy „zaskoczy”, jest działaniem nieco przedwczesnym. W rzeczywistości bardzo często wygląda to tak, że właściciel takiego sklepu tworzy logo i ewentualnie potem, kiedy sklep zaczyna przynosić zyski, decyduje się na bardziej profesjonalną szatę graficzną.

W tej sekcji podpowiem Ci, jak stworzyć logo, które jest dobre. Nie będzie ono wybitne — do tego potrzeba rozległej wiedzy i doświadczenia, którego nie zdobędziesz jedynie poprzez czytanie książek czy blogów. Natomiast pokażę Ci, na czym trzeba się skupić i czego unikać. Wiele fatalnych logo powstało w wyniku niewiedzy twórcy i popełniania typowych błędów.

### 2.4.1.1. Cechy dobrego logo

**Prostota** — dobre logo jest oszczędne w wyrazie, operuje prostymi, często pojedynczymi kształtami, bez pstrokatych kolorów, gradientów i efektów. Świetnym przykładem takiego logo jest *swoosh* firmy Nike: czarny łuk symbolizujący energię, dynamizm i ruch — coś, z czym chce być kojarzona marka sportowego obuwia i odzieży (rysunek 2.36).



**Rysunek 2.36.** Przykład prostego logo firmy Nike. Źródło: news.nike.com

**Unikalność** — dobre logo jest wyjątkowe, niebanalne i niepodobne do innych. Starbucks sprzedaje kawę (lub też, według niektórych, napój kawopodobny), ale w jego logo nie ma ziaren kawy, kubka czy innych popularnych elementów kojarzonych z tym napojem. Jest za to długowłosa syrena w koronie — coś wyjątkowego i niepowtarzalnego (rysunek 2.37). Pamiętaj — Twoje logo nie musi wprost pokazywać tego, co sprzedajesz. Nawet lepiej, jeśli nie będzie tego robić. Jest mnóstwo sklepów internetowych z odzieżą mających w logo bluzkę, wiele sklepów z kawą, w których logo znajduje się ziarno kawy, i bardzo dużo aptek z logo zawierającym ludzką sylwetkę z rękoma wzniesionymi ku niebu lub krzyż. Chcesz być taki jak oni czy chcesz się wyróżniać z tła?



**Rysunek 2.37.** Przykład unikalnego logo (Starbucks) w branży, w której większość znaków zawiera filiżankę lub ziarno kawy. Źródło: downtownseattle.com

**Adaptowalność** — logo funkcjonuje w wielu miejscach: w sklepie internetowym, na wizytówce, papierze firmowym, pieczętce, billboardzie i w gazecie. Dobre logo musi być rozpoznawalne i czytelne zarówno w bardzo małej skali, jak i w dużej. Musi być zrozumiałe w odcieniach szarości i w kolorze. Musi dobrze wyglądać i w centrum obiektu, i w narożniku. Ponieważ musi być tak często skalowane, nie powinno się go tworzyć w Photoshopie, a w programie do grafiki wektorowej, typu Adobe Illustrator czy CorelDRAW. W tej książce jednak zakładam, że masz tylko Photoshopa, więc podczas projektowania logo w tym programie trzymaj się następujących zasad:

- Stwórz dokument o rozmiarze 3000 x 3000 pikseli, z przezroczystym tłem i trybem kolorów CMYK.
- Stosuj kształty wektorowe, nie maluj niczego narzędziem *Pędzel (Brush)* i nie twórz kształtów poprzez wypełnianie zaznaczeń.
- Nie używaj stylów warstw i innych efektów — wykorzystuj tylko kształty wektorowe i ewentualnie napis (logotyp).

Gotowe logo zapisz do pliku PSD, a dodatkowo wyeksportuj: wersję PDF z profilem kolorów *Coated Fogra 39*, plik JPEG z profilem kolorów *sRGB* i plik PNG z przezroczystym tłem. PDF przyda się do druku, a JPEG i PNG do wykorzystania w internecie. Plik PDF wyeksportujesz, używając kompozycji warstw i polecenia *Kompozycje warstw do PDF (Layer Comps to PDF)* z menu *Plik/Skrypty (File/Scripts)*.

**Akuratność** — logo musi być odpowiednie dla branży, w której sklep funkcjonuje, i musi pasować do jego klientów. Nie tworzy się zabawnego logo dla firmy prawniczej. Nie projektuje się czarnego logotypu o eleganckich, smukłych literach dla sklepu z zabawkami. Dobre logo wpisuje się w upodobania i status klientów danej marki. Jest po prostu adekwatne, właściwe i dopasowane.

**Ponadczasowość** — dobre logo jest wizualnie neutralne, a przez to ponadczasowe. Logo „I Love NY” zaprojektowano ponad trzydzieści lat temu, a funkcjonuje z powodzeniem do dziś, mimo że od tamtego czasu zmienili się ludzie, inne są gospodarka, moda i polityka (rysunek 2.38). Dobre logo nie jest tworzone w modnym stylu, nie jest trendy. Moda na hipsterskie logo kiedyś się skończy. Moda na *flat design* też się skończy. Dobre logo pasuje dziś i będzie pasować za 20, 30 lat.



**Rysunek 2.38.** Ponadczasowe logo „I Love NY”, zaprojektowane w 1977 roku przez Miltona Glasera.  
Źródło: wikimedia.org

### 2.4.1.2. Typowe błędy popełniane przy tworzeniu logo

**Brak wiedzy technicznej** — podstawowym błędem przy tworzeniu logo jest niezajomość technologii, przez co wiele osób próbuje zaprojektować logo w programach do grafiki rastrowej (zamiast wektorowej), tworząc dokument o małych rozmiarach (co wtedy ze skalowaniem logo na billboardy i plakaty?) lub zapisując logo w przestrzeni RGB (zapominając przy tym, że drukarnie pracują w przestrzeni CMYK). To wszystko daje efekt w postaci nieskalowalnego logo, które zmienia kolory po wydruku i ma nieostre albo poszarpane krawędzie.

**Chaos i bałagan** — drugim powszechnym błędem jest próba wrzucenia do logo zbyt wielu informacji lub zbyt złożonej grafiki. Często ma to miejsce w przypadku znaków graficznych miast, do których próbuje się wstawić skomplikowane herby bądź sylwetki charakterystycznych budynków. Takie logo jest chaotyczne i przede wszystkim nieczytelne oraz nie zachowuje neutralności — zwykle jest tak jaskrawe albo zawile, że niepotrzebnie przykuwa wzrok. Nie jest więc prostym znakiem graficznym, a raczej nadmiernie pomniejszoną grafiką.

**Krzykliwe lub nieharmonijne zestawienia kolorów** — logo nie powinno mieć zbyt wielu kolorów bądź kolorów, które ze sobą nie współgrają. Niestety często spotyka się to w złych logo. Dlatego pisałem wcześniej dość szczegółowo o doborze kolorów. Zadbaj o prawidłowy zestaw kolorów do wykorzystania w projekcie logo albo — co lepsze — użyj podstawowego koloru z tego zestawu jako barwy przewodniej logo.

**Niefortunne skojarzenia** — samodzielne tworzenie logo i brak opinii innych ludzi może prowadzić do kuriozalnych sytuacji, kiedy logo kojarzy się nie z tym, z czym powinno, bądź — co gorsza — kojarzy się z czymś niefortunnym. Zawsze zatem zostawiaj pracę na jakiś czas, np. dzień czy dwa, i dopiero wtedy spojrz na logo świeżym okiem. Pokaż też logo komuś, kto nie boi się wyrażać swoich opinii, i zadaj pytanie: „Z czym ci się to kojarzy?”. Jeśli otrzymasz niespodziewane odpowiedzi lub jeśli ludzie nie skojarzą logo z tym, co zaplanowałeś, zmień je.

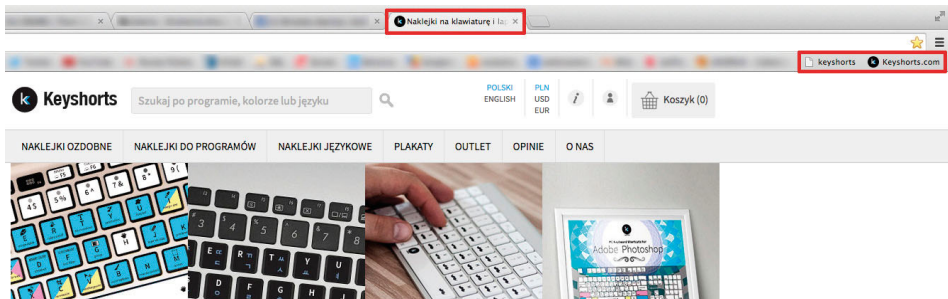
**Banalność i gotowce** — tworzenie logo z gotowych elementów albo inspirowanie się innymi logo skutkuje projektowaniem logo, które jest podobne do innych. Nie wpadnij w pułapkę banalnych skojarzeń: firma międzynarodowa lub telekomunikacyjna — logo z globem, firma transportowa — strzałki bądź koła, sklep z żywnością ekologiczną — liść albo kwiat; można tak wymieniać długo. Takich logo są tysiące i nie chcesz, by Twoje utonęło w gąszczu sobie podobnych.

**Brak gustu i wycucia** — niektórzy tworzą logo, nie mając za grosz zmysłu artystycznego i wyrobionego gustu. W efekcie powstają po prostu brzydkie logo. Jeśli podejrzewasz u siebie brak wycucia (to nie zbrodnia, nie każdy musi to mieć), lepiej od razu zleć zaprojektowanie logo profesjonalście. Jeżeli natomiast po przeczytaniu i zastosowaniu rad z tej sekcji Twoje logo nadal nie wygląda dobrze

lub wręcz nie może powstać, prawdopodobnie właśnie nie masz w sobie „tego czegoś”, co każdy projektant graficzny musi mieć. To nic, po prostu zajmij się innymi aspektami prowadzenia sklepu, a stworzenie logo zleć designerowi.

## 2.4.2. Fawikona

Fawikona (*favicon*) to ikonka pojawiająca się na pasku okna lub zakładki przeglądarki internetowej (rysunek 2.39), wizualnie informująca o witrynie internetowej, która jest w tym oknie bądź zakładce otwarta. Fawikony pojawiają się też na liście ulubionych witryn i w stałych łączach do stron. Witryna internetowa może mieć jedną standardową fawikonę. Warto ją stworzyć, ponieważ jest to jeden z tych małych elementów, które tworzą spójną markę w sieci. Brak fawikony powoduje wyświetlenie w jej miejscu pustego, szarego obszaru (albo zwykłej ikony dokumentu).



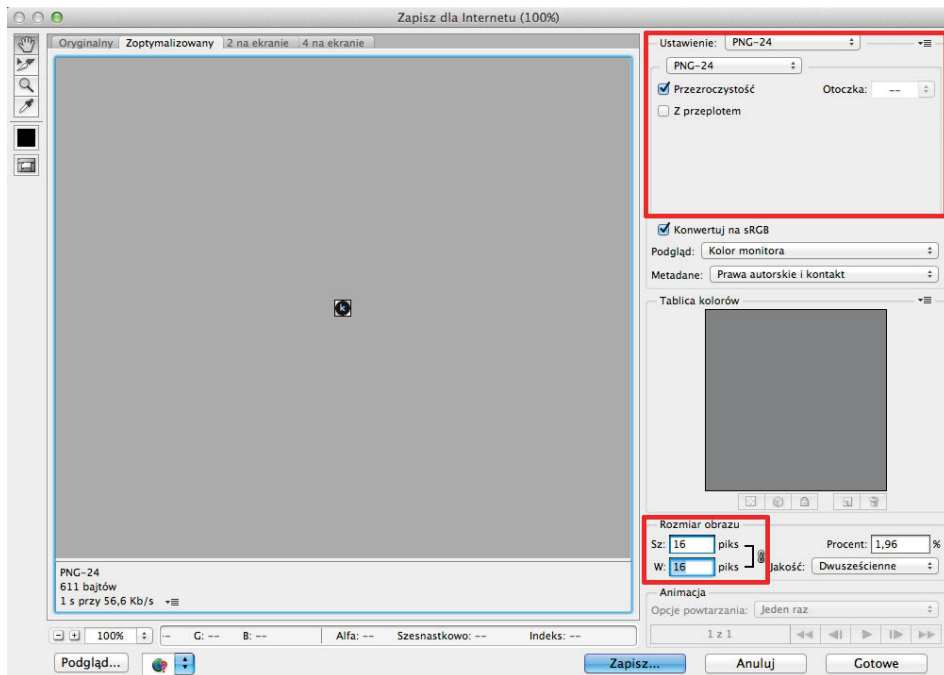
**Rysunek 2.39.** Umieszczenie fawikony w przeglądarce internetowej Chrome — na pasku zakładki i przy stałym łączu do witryny. Zwróć uwagę na domyślną ikonę dołączaną w przypadku, gdy w witrynie brak jest fawikony

Fawikony zwyczajowo zapisywało się w plikach z rozszerzeniem *.ico*, ale od kilku lat stosuje się częściej pliki z rozszerzeniem *.png*. Tradycyjna fawikona ma rozmiar 16 x 16 pikseli (choć obecnie zwykle używa się powiększonej wersji: 32 x 32 piksele) i może mieć częściowo przezroczyste tło. Z powodu jej małego rozmiaru jedyną sensowną grafiką do umieszczenia na fawikonie jest po prostu logo sklepu. Wystarczy zatem wykadrować logo do kwadratu i pomniejszyć do rozmiaru 16 x 16 pikseli.

Zapiszemy naszą fawikonę, korzystając z modułu *Zapisz dla Internetu (Save For Web)* w Photoshopie. Wejść w *Plik/Zapisz dla Internetu (File/Save For Web)* lub zastosuj skrót *Ctrl+Shift+Alt+S*, na macu *Cmd+Shift+Opt+S* (rysunek 2.40). W opcjach po prawej stronie wybierz z rozwijanego menu PNG-24. Jeśli nie masz na fawikonie obszarów przezroczystych, możesz wybrać PNG-8<sup>1</sup>. Jeżeli zdecy-

1. PNG-24 obsługuje 24-bitową paletę kolorów, a przy okazji częściową przezroczystość pikseli, co jest potrzebne w przypadku fawikon częściowo przezroczystych. Jeśli nie masz przezroczystości na ikonie, wystarczy PNG-8, który obsługuje do 256 kolorów, ale nie obsługuje częściowej przezroczystości.

dujesz się na PNG-8, odznacz następnie opcję *Przezroczystość* (*Transparency*) i poeksperymentuj z liczbą kolorów w polu *Kolory* (*Colors*). Im ich mniej, tym lżejszy będzie plik. W sekcji *Rozmiar obrazu* (*Image Size*) w polach *Sz* (*W*) i *W* (*H*) wpisz po 16 pikseli. Kliknij w *Zapisz* (*Save*).



**Rysunek 2.40.** Moduł Zapisz dla Internetu (Save For Web) z ustawieniami do zapisu fawikony

**WSKAZÓWKA:** Możesz stworzyć dodatkową fawikonę wykorzystywaną przez urządzenia Apple (głównie iPhone'y i iPady), która nazywa się *Apple Touch Icon*. Zapisuje się ją w formacie PNG-24, a jej standardowy rozmiar to 76 x 76 pikseli. Istnieje także możliwość zapisu tych ikon do innych, większych rozmiarów, co pozwoli na lepsze ich wyświetlanie na ekranach Retina i nowszych urządzeniach. Kolejne wielkości to: 120 x 120, 152 x 152 i 180 x 180 pikseli.

**WSKAZÓWKA:** Od czasu pojawienia się systemu Windows 8 można tworzyć ikony na ten system. Dla stron internetowych, do których użytkownik może stworzyć sobie skrót na pulpicie, mamy do dyspozycji dwa rozmiary: 70 x 70 i 150 x 150 pikseli. Pliki zapisujemy w formacie PNG-24.

### 2.4.3. Ikony

Witryny e-commerce mają stały zestaw ikon i grafik, takich jak ikona koszyka, logowania lub konta użytkownika, ikony kanałów płatności czy — w przypadku stron wielojęzycznych — ikony z flagami państw. Wszystko to oczywiście można stworzyć samodzielnie, ale szczerze powiem, że w większości sytuacji nie ma to sensu. W internecie znajdziemy mnóstwo darmowych zestawów ikon, a jeśli mamy konto Creative Cloud, to od niedawna możemy też stosować niezwykle przydatne w tym zakresie narzędzie.

Nie odkrywajmy zatem koła na nowo, tylko zaoszczędźmy czas i wykorzystajmy coś, co ktoś bezpłatnie udostępnił do użytku komercyjnego.

Tę sekcję podzieliłem na Adobe Market (dostępny w ramach konta Creative Cloud) oraz inne metody i miejsca pozyskiwania darmowych ikon i grafik. Jeśli masz konto w Creative Cloud, przejdź od razu do akapitu dotyczącego Adobe Market i nie trać czasu na inne rozwiązania.

#### 2.4.3.1. Zestawy ikon

Ikony najlepiej wyszukiwać w zestawach, ponieważ są one wtedy spójne stylistycznie. W Google należy wpisywać hasła *free icon set* lub — w naszym przypadku — *free ecommerce icon set*. Większość wyników takiego wyszukiwania zaprowadzi nas do branżowych blogów, skąd będzie można pobrać pliki. Idealnie by było ściągać pliki PSD, bo wtedy można swobodnie modyfikować grafiki dla własnych potrzeb, np. by zmienić kolory. Bardzo ważne jest też sprawdzenie, czy ikon możemy użyć do celów komercyjnych i czy nie ma żadnych restrykcji albo warunków. Czasami autorzy ikon wymagają podania notki copyright — można to zrobić chociażby w regulaminie, w sekcji o prawach autorskich. Nigdy nie wykorzystuj ikon, w przypadku których autor nie określił wyraźnie zakresu ich możliwego wykorzystania bądź gdy w ogóle nie ma informacji o autorze. Kieruj się zdrowym rozsądkiem i jeśli coś wygląda podejrzanie, nie używaj tego.

Kolejnym przydatnym zestawem ikon są kanały płatności. Warto pokazać klientom sklepu, jak mogą zapłacić za towar. Często robi się to za pomocą banera ze znakami graficznymi banków i firm obsługujących płatności, np. PayPal, Visa itp. Jeśli korzystasz z usług płatności online, to wymogiem firm świadczących tę usługę jest zawsze umieszczenie ich logo. Czasami gotowe grafiki z kompletem logo banków i logo firmy są udostępniane na stronach takiej firmy. Oto adresy URL do tych plików:

**Dotpay** — [https://ssl.dotpay.pl/files/dotpay\\_grafiki.zip](https://ssl.dotpay.pl/files/dotpay_grafiki.zip)

**PayU** — <http://payu.pl/pliki-do-pobrania/pliki-graficzne>

**Przelewy24** — [http://przelewy24.pl/cms,22,pliki\\_do\\_pobrania.htm](http://przelewy24.pl/cms,22,pliki_do_pobrania.htm)



Jeżeli w Twoim przypadku nie ma gotowych grafik, zawsze możesz wpisać w Google *free payment icon set* i pobrać jakiś darmowy zestaw ikon. Pamiętaj jednak, że raczej nie będą one zawierać logo polskich banków. Będą się ograniczać do kart kredytowych i międzynarodowych metod płatniczych, takich jak PayPal, Amazon itp.

#### 2.4.3.2. Fonty z ikonami

Wierz lub nie, ale wiele fontów ma wbudowane ikony, które można wykorzystać jako grafiki. Na macu podstawowe ikony znajdziesz w foncie *Helvetica Neue*, a w Windowsie — w *Times New Roman*. Systemy te oferują także dingbaty, czyli fonty złożone z clipartów — małych grafik, które czasami mogą okazać się przydatne. W systemie Windows takimi fontami są: *Wingdings*, *Zapf Dingbats* i *Webdings*. W systemie Mac OS mamy do dyspozycji *Zapf Dingbats* i *Apple Symbols*.

Współcześnie tworzy się fonty z ikonami do wykorzystania na stronach internetowych. Po prostu łatwiej operować jednym fontem niż zbiorem grafik, poza tym takie ikony bez trudu zmieniają kolor. Z darmowych fontów ikonowych mogę polecić *Socialico* (ikony kanałów social media), *Modern Pictograms* oraz *Foundation Icon Fonts 3*. Wystarczy je wyszukać w Google, pobrać i stosować.

#### 2.4.3.3. Flagi państw

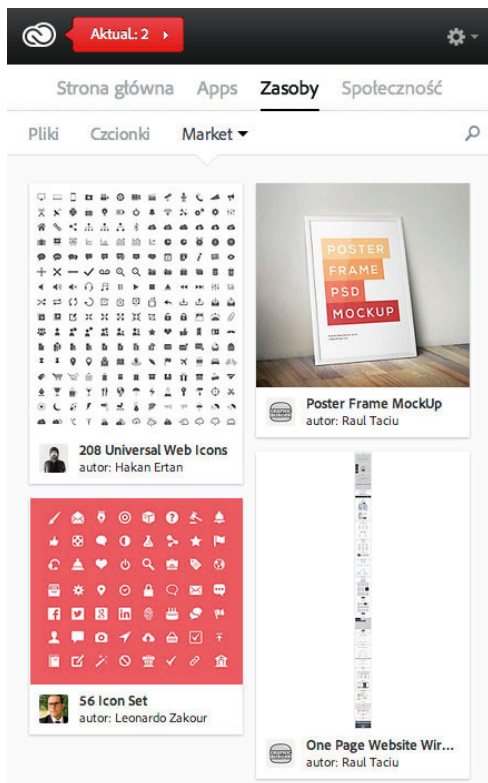
Ikony z flagami państw znajdziesz, wpisując w Google *country flags icons*. Polecam wybrać pozycję *243 Country Flags Icons* — zawiera ona ikony w formacie PNG, które można łatwo przeskalować do mniejszych rozmiarów, jeśli zajdzie taka potrzeba. Można je też wykorzystywać komercyjnie.

#### 2.4.3.4. Adobe Market

Adobe Market to niedawno powstała usługa w ramach konta Creative Cloud, gdzie designerzy z całego świata mogą udostępniać swoje prace (głównie elementy graficzne typu ikony, przyciski, mockupy, szablony, wzorki itp.), a my — jeśli mamy tam konto — możemy te prace pobrać w formacie PSD i dowolnie wykorzystywać.

Wejść do aplikacji Creative Cloud i przejść do zakładki *Zasoby*. Z podzakładek wybierz *Market*. Podzakładkę prezentuje rysunek 2.41. Wyświetli się lista grafik, które możesz pobrać. Na razie nie jest to zbyt przydatne, ponieważ zwykle szukamy czegoś konkretnego.





**Rysunek 2.41.** Zakładka Market w aplikacji Creative Cloud w systemie Mac OS X Mavericks

Załóżmy, że prowadzisz sklep z plakatami i na zdjęciach produktowych chcesz pokazać zdjęcie rzeczywistego plakatu. Oczywiście nikt nie drukuje każdego plakatu w swojej ofercie, nie wstawia w ramę i nie fotografuje każdego plakatu osobno. Tworzy się jedno zdjęcie szablonowe, a potem wkleja w Photoshopie każdy plakat oddzielnie. Poszukajmy zatem takiego mockupu z ramą plakatu na jakimś fajnym tle.

Obok nazwy *Market* kliknij w odwrócony trójkąt — rozwinię się menu. Wybierz *Do umieszczania*. Pojawią się zapewne mockupy z telefonami, tabletami i pudełkami. Nie tego szukamy. W naszym przypadku najlepiej wykorzystać wyszukiwarkę. Kliknij w lupkę i wpisz *poster*. Powinny od razu wyskoczyć wyniki. Wybierzmy plakat oparty o ścianę. Aby go pobrać, kliknij na ikonę z chmurką. Plik zostanie zapisany w folderze *Market Downloads* na Twoim komputerze lub do wirtualnej biblioteki (opcja dla Photoshopa CC 2014.2). Kliknij na *Kontynuuj*. Jeśli masz wyłączoną synchronizację plików w Creative Cloud, to teraz otrzymasz monit — kliknij na *Włącz synchronizację plików*. Na dole aplikacji możesz zobaczyć postęp synchronizacji.



By otworzyć pobrany plik, przejdź do folderu *Market Downloads* i otwórz plik. Jeżeli masz Photoshopa CC 2014.2 (aktualizacja z października 2014), z menu *Okno (Window)* wybierz panel *Biblioteki (Libraries)*. Plik i jego miniaturka będą się znajdować wewnątrz. Plik otworzysz, klikając na niego dwukrotnie.


**WSKAZÓWKA:** Z Marketu możesz także ściągnąć gotowe elementy do wykorzystania we wireframe'ach stron internetowych. W polu wyszukiwania Marketu wpisz *one page website wireframe*.

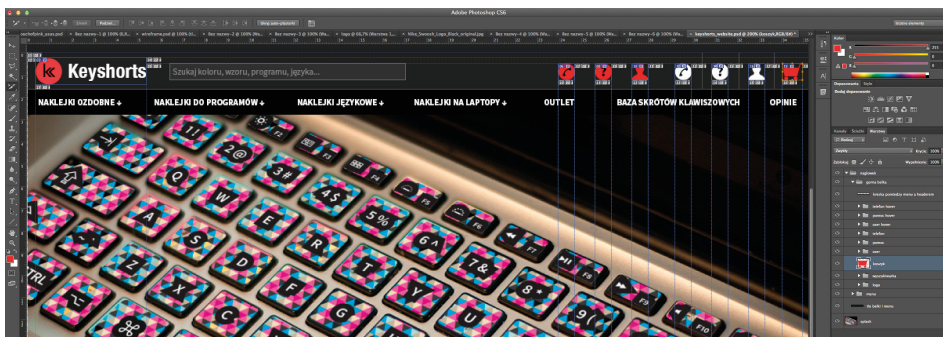
## 2.4.4. Eksport gotowych plików

Dwie ostatnie sekcje tego podrozdziału poświęcę zapisowi i eksportowi gotowych plików. Jeśli masz pojedynczy dokument z jedną ikoną lub grafiką, sprawa jest prosta — korzystasz z modułu *Zapisz dla Internetu (Save For Web)* w Photoshopie (omówię go szczegółowo w następnej sekcji). Jeżeli jednak chcesz wyeksportować z jednego dokumentu kilka ikon bądź grafik (może się tak zdarzyć, kiedy pracujesz na plikach ściągniętych z sieci, Marketu Adobe albo chcesz wyeksportować fragment mockupu), to trzeba rozwiązać to inaczej. Musisz takie graficzne elementy wyciąć i potem wyeksportować jedynie zaznaczone w ten sposób obszary. Robi się to kilkoma metodami, w zależności od posiadanej wersji Photoshopa. My będziemy pracować na dokumencie *Rozdział 2/2.4/keyshorts\_website.psd* z plików ćwiczeniowych.

### 2.4.4.1. Photoshop CS6 i wcześniejsze — cięcie narzędziem Cięcie na plasterki

Narzędzie *Cięcie na plasterki (Slice)* pozwala „pokroić” dokument na kawałki (plasterki) i zapisać te kawałki do osobnych plików. Zanim zaczniesz, wyłącz przyciąganie kursora, ponieważ to będzie komplikować pracę. Wejdź w menu *Widok (View)* i odznacz *Przyciągaj (Snap)*. Teraz wybierz narzędzie *Cięcie na plasterki (Slice)*  [jest ukryte pod narzędziem *Kadruj (Crop)* , więc by się do niego dostać, kliknij i przytrzymaj lewy przycisk myszy]. Przejdź do wybranej ikony i kliknij w miejscu, gdzie ma być lewy górny róg pliku z tą ikoną, a następnie przeciągnij do prawego dolnego rogu. W trakcie tej czynności wciśnij *Shift*, aby tworzyć zaznaczenie kwadratowe (przydatne dla cięcia ikon). Jeśli chcesz zmodyfikować ten plasterek, kliknij i przeciągaj za boki kwadratu. Analogicznie możesz tworzyć kolejne plasterki.

Jeżeli chcesz modyfikować inny plasterek niż aktualnie aktywny (z brązowym obrysem), musisz wybrać narzędzie *Zaznaczanie plasterków (Slice Select)*  i kliknąć na żądany plasterek. Jeśli chcesz przesunąć cały plasterek, kliknij wewnątrz niego i przesuń myszą. Gdy masz już wszystko wycięte (rysunek 2.42), przejdź do sekcji 2.4.5, do wskazówki „Zapis kawałków ciętych narzędziem *Slice*”.



Rysunek 2.42. Mockup strony Keyshorts.com pocięty narzędziem Cięcia na plasterki (Slice)

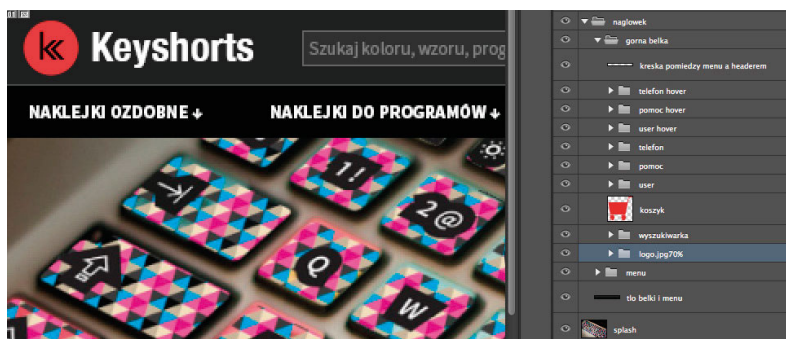
**WSKAZÓWKA:** Jeżeli masz do zaznaczenia kilka ikon tej samej wielkości, zamiast tworzyć cięcia osobno, stwórz pierwsze z nich, potem wybierz narzędzie *Zaznaczanie plasterków (Slice Select)* i z wciśniętym *Alt/Opt* kliknij i przeciągnij. Stworzysz w ten sposób kopię plasterka. Jeśli dołożysz do tego jeszcze *Shift*, będziesz przesuwając kopię plasterka na tym samym poziomie co oryginał.

#### 2.4.4.2. Photoshop CC — Adobe Generator [wideo]

*Generator (Generator)* jest świetnym narzędziem do zapisywania pojedynczych warstw lub grup warstw do plików. Jak to działa? Generator obserwuje nazwy warstw i grup warstw. Jeśli jakąś z nich nazwiemy w pewien określony sposób, Generator to wykryje i automatycznie wyeksportuje taką warstwę bądź grupę do pliku. Ma to taką przewagę nad *Cięciem na plasterki (Slice)*, że nie musimy ręcznie wskazywać kolejnych powierzchni ani ręcznie eksportować kawałków w module *Zapisz dla Internetu (Save For Web)*. Generator samodzielnie eksportuje plik o wielkości warstwy — jest to niezwykle przydatne do eksportowania ikon i innych drobnych grafik.

1. Aby uruchomić Generator, wejdź w menu *Plik/Generuj (File/Generate)* i kliknij w *Zasoby obrazów (Image Assets)*.
2. Upewnij się, że dokument, na którym pracujesz, jest zapisany, inaczej Generator nie zadziała.
3. Rozwiń grupę *naglowek/gorna belka* i zmień nazwę grupy *logo* na *logo.jpg*. Po zaakceptowaniu zmiany przejdź do folderu z zapisanym dokumentem i wejdź w folder *keyshorts\_website-assets*. Wewnątrz znajdziesz plik *logo.jpg* z zapisaną grafiką. Tak to działa w wersji podstawowej. Generatorem można eksportować pliki JPEG (.jpg), PNG (.png) i GIF (.gif). Pamiętaj, by w nazwach plików nie stosować dziwnych znaków, polskich ogonków i spacji.

4. Jeśli chcesz ustawić jakość eksportowanego pliku JPEG, dołącz wartość procentową, np. warstwa nazwana *logo.jpg60%* oznacza eksport pliku *logo.jpg* z jakością 60% (rysunek 2.43).
5. Jeżeli chcesz przeskalować eksportowany plik, możesz to zrobić, korzystając z kilku jednostek — ja polecam procenty i piksele. Aby zatem wyeksportować plik *logo.jpg* pomniejszony do 50% z jakością 60%, warstwie musisz nadać nazwę: *50% logo.jpg60%*. Zwróć uwagę na spację pomiędzy *50%* a literą *l*. Jeśli chcesz podać wymiar 600 x 400 pikseli, nazwa warstwy musi brzmieć: *600 x 400 logo.jpg60%*. Zwróć uwagę na spację przed i po *x* oraz pomiędzy *%* a *l*.
6. Jeżeli chcesz wyeksportować plik PNG, masz nieco inne opcje niż przy JPEG. Możesz zdefiniować typ pliku PNG: 8-bitowy (256 kolorów — przydatne dla ikon o kilku kolorach), 24-bitowy (paleta 16 milionów kolorów) oraz 32-bitowy (jak 24 bity plus przezroczystość). Żeby więc zapisać plik PNG z 8 bitami, nazwa warstwy musi brzmieć *logo.png8*, a jeśli PNG ma zawierać przezroczystość — *logo.png32*. Ustalanie rozmiaru pliku wygląda tak samo jak w kroku 5.
7. Eksportując plik GIF, mamy możliwość ustalenia tylko rozmiaru pliku, nie możemy natomiast ustalić jakości lub liczby kolorów.



**Rysunek 2.43.** Nasz dokument z grupą warstw nazwaną odpowiednio do eksportu pliku JPEG z jakością 70%

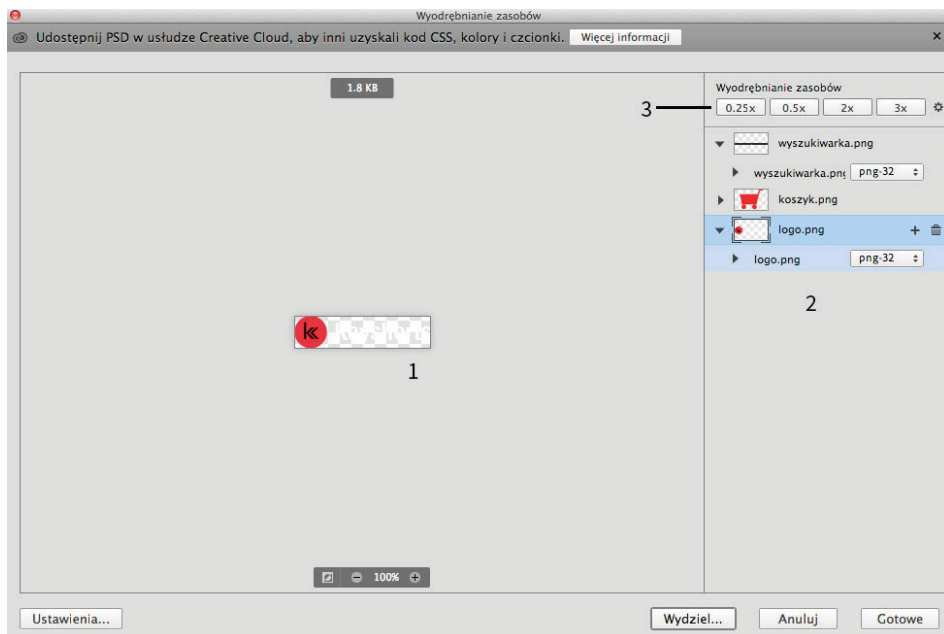
**WSKAZÓWKA:** Jeśli zmieniasz parametry eksportowanego pliku bez zmiany jego nazwy, Generator nadpisze istniejący plik. Pamiętaj o tym, jeżeli chcesz wygenerować kilka wersji jednej warstwy.

### 2.4.4.3. Photoshop CC 2014 i CC 2014.2 — wyodrębnianie zasobów [wideo]

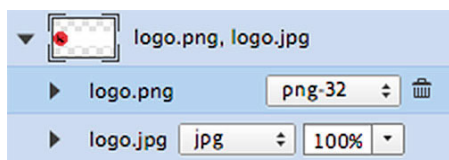
W Photoshopie CC 2014 i 2014.2 mamy do dyspozycji nowe narzędzie do eksportowania warstw do plików — *Wyodrębnianie zasobów (Extract Assets)*. Jest to ulepszona wersja Generatora, ponieważ określanie parametrów eksportu jest tu bardziej intuicyjne i nie tworzymy długich, skomplikowanych nazw warstw. Jedna uwaga: by funkcjonować, *Wyodrębnianie zasobów (Extract Assets)* potrzebuje połączenia z internetem.

1. Otwórz dokument i zaznacz warstwy bądź grupy, które chcesz eksportować. Aby zaznaczyć kolejne warstwy, klikaj na nie z wciśniętym klawiszem *Ctrl/Cmd*.
2. Z menu *Plik (File)* wybierz polecenie *Wyodrębnianie zasobów (Extract Assets)* lub wykorzystaj skrót *Ctrl+Shift+Alt+W* (na macu *Cmd+Shift+Opt+W*).
3. Pojawi się okno dialogowe (rysunek 2.44). Po prawej stronie widnieje lista warstw z dodanymi domyślnymi rozszerzeniami plików. Klikając na każdy z tych plików, możemy zobaczyć jego podgląd i wagę pliku w kilobajtach. Przy każdym pliku znajduje się też lista z formatami (rysunek 2.45). Mamy do dyspozycji te same formaty co w Generatorze. Po wybraniu opcji JPEG pojawia się dodatkowe pole z określeniem jakości pliku. Jeśli chcesz zrezygnować z eksportu danej warstwy, kliknij obok niej w ikonę kosza.
4. Klikając obok nazwy warstwy w plus, dodasz kolejną wersję pliku do eksportu. Możesz usuwać wersje, klikając w ikonę kosza.
5. Na górze okna dialogowego widnieją przyciski ze skalami eksportowanych plików. Możesz zaznaczyć, które chcesz, a *Wyodrębnianie zasobów (Extract Assets)* wyeksportuje je. Jeśli natomiast chcesz określić dokładny wymiar danej warstwy, kliknij obok nazwy wersji w trójkącik — rozwinie się podmenu z polami do podania szerokości i wysokości pliku. Proponuję pozostać przy pikselach.
6. Kliknij na przycisk *Wydziel (Extract)*. Narzędzie poprosi jeszcze o wskazanie folderu docelowego do zapisu plików.

**WSKAZÓWKA:** Zapisując warstwy do plików, pamiętaj o następujących zasadach: zdjęcia lub spore grafiki z dużą liczbą szczegółów i kolorów zapisuj do pliku JPEG. Grafiki z wieloma kolorami i przezroczystością zapisuj do PNG-32. Nieskomplikowane grafiki z dużą liczbą kolorów zapisuj do PNG-24. Nieskomplikowane grafiki z jednym bądź kilkoma kolorami zapisuj do PNG-8, chyba że grafika ma przezroczystość — wtedy do PNG-32.

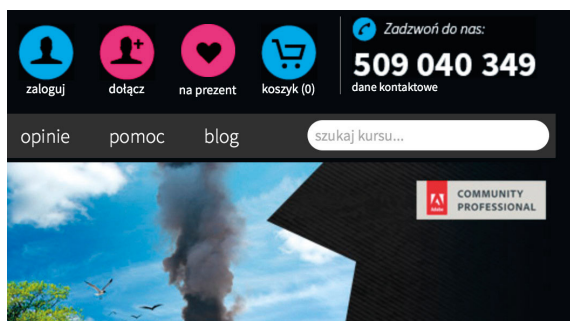


**Rysunek 2.44.** Okno dialogowe Wyodrębnianie zasobów (Extract Assets): 1 — pole podglądu, 2 — lista warstw do eksportu, 3 — automatyczne wielkości wynikowych plików



**Rysunek 2.45.** Wersje warstwy do eksportu

**WSKAZÓWKA:** Ekran smartfonów i tabletów często mają wyższą rozdzielczość niż ekrany monitorów. Nazwy takie jak Retina dla urządzeń firmy Apple i technologia HiDPI oznaczają, że grafiki wyświetlane na tego typu ekranach będą leciutko rozmyte (rysunek 2.46). Aby wyeksportować grafiki z przeznaczeniem na takie ekrany, w górnej części okna *Wyodrębnianie zasobów (Extract Assets)* kliknij w przycisk 2x.



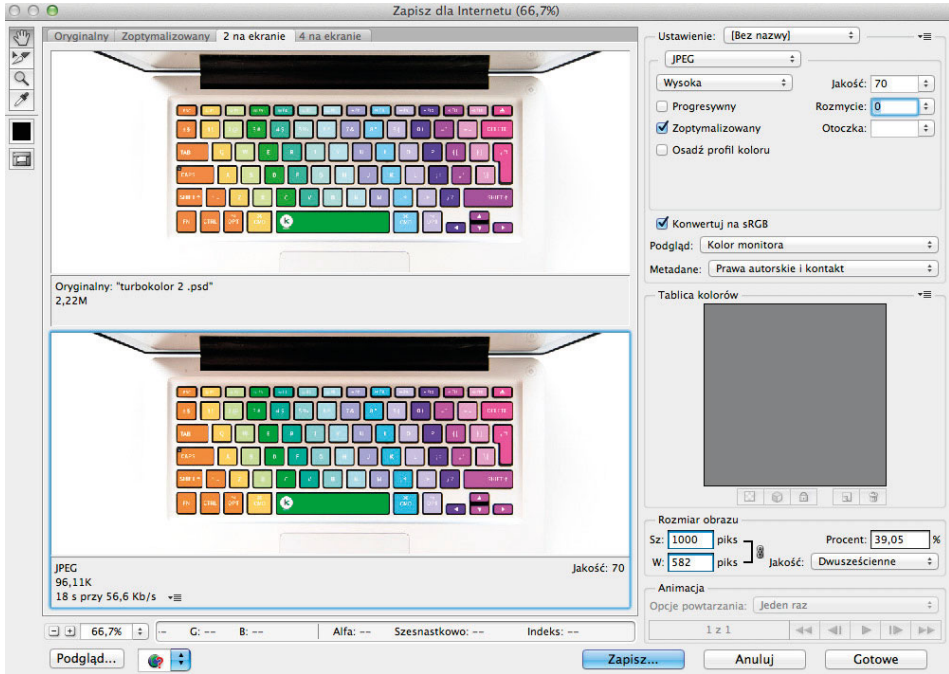
**Rysunek 2.46.** Wygląd grafik nieprzystosowanych do wysokiej rozdzielczości na iPadzie z ekranem Retina. Takie grafiki wydają się lekko rozmyte, szczególnie w porównaniu do tekstu



## 2.4.5. Zapis do internetu

Gorąco zalecam, by wszelkie grafiki i zdjęcia na potrzeby internetu zapisywać w module *Zapisz dla Internetu (Save For Web)*. Moduł ten pozwala dokładnie kontrolować jakość plików, ich parametry i wyjściową wagę.

Dla naszych potrzeb omówię dwie sekcje modułu: podglądy dokumentów i opcje w pionowej belce po prawej stronie okna dialogowego (rysunek 2.47).



**Rysunek 2.47.** Zapis do formatu JPEG w module Zapisz dla Internetu (Save For Web)

Domyślnie widzimy zdjęcie lub grafikę tak, jak będzie wyglądać po zastosowaniu wszelkich opcji i ustawień, patrzymy zatem na efekt finalny. Warto jednak przełączyć się z zakładki *Zoptymalizowany (Optimized)* na *2 na ekranie (2-Up)*, co pozwoli obserwować obraz oryginalny i wyjściowy. Jest to szczególnie przydatne przy zapisie do JPEG, gdzie możemy ustawić stopień kompresji (jakość), patrząc po prostu na obraz wynikowy.

Po prawej stronie znajdują się opcje. Pierwszą rzeczą jest wybór formatu. Proponuję odpuścić sobie GIF, bo wszystko, czego potrzebujemy, możemy zapisać do JPEG i PNG. Wybierając format JPEG, mamy kilka opcji, ale sugeruję skupienie



się tylko na dwóch: *Zoptymalizowany (Optimized)*, która tworzy nieco lżejsze pliki i powinna być zawsze włączona, oraz *Jakość (Quality)*. W swojej pracy robię tak, że przesuwając suwak *Jakość (Quality)* w lewo, patrzę na wynikowy obraz. Zatrzymuję się dopiero wtedy, kiedy zniszczenia dokonane kompresją przestają być akceptowalne. Zasadniczo będziesz zapisywać pliki JPEG z jakością od 40 do 75, w zależności od potrzeby i scenariusza.

Zapis do PNG podzielono na dwa formaty. *PNG-8* posiada zmienną paletę kolorów z maksymalną liczbą 256 barw. Proponuję zapisywać do *PNG-8* wówczas, gdy chodzi o drobne grafiki z niewielką liczbą kolorów (proste ikony, logo). *PNG-8* obsługuje przezroczystość, ale nie wygląda ona dobrze, więc wyłącz opcję *Przezroczystość (Transparency)*. Wagę pliku możesz regulować liczbą kolorów w polu *Kolory (Colors)*. Sekcja *Tablica kolorów (Color Table)* pokazuje, jakie kolory będą dostępne w tym pliku. Zwróć też uwagę na podgląd. Jeśli coś dziwnie wygląda, zwiększ liczbę kolorów.

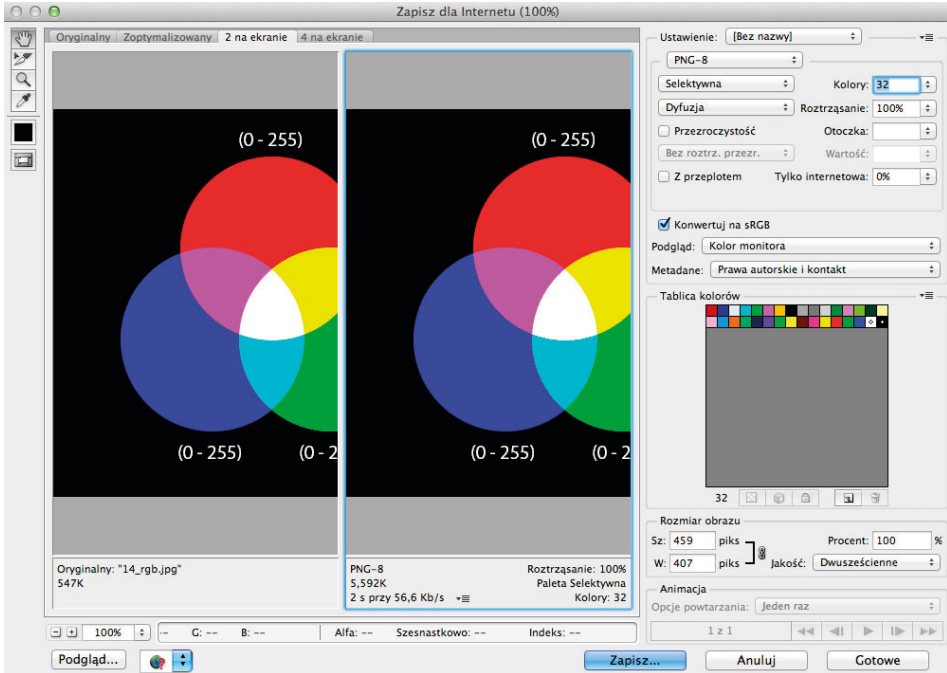
*PNG-24* ma paletę kolorów liczoną w milionach, podobnie jak *JPEG*. Dodatkowo *PNG-24* obsługuje częściową przezroczystość, dlatego świetnie nadaje się do zapisywania logo i ikon, które muszą mieć przezroczyste tło. W takim przypadku zaznacz opcję *Przezroczystość (Transparency)*.

W sekcji *Rozmiar obrazu (Image Size)* możesz przeskalować plik przed zapisem. Zrobisz to, wpisując konkretne wartości w pikselach lub podając skalę procentową. Jeśli wszystko już ustawiłeś, kliknij w *Zapisz (Save)*. W kolejnym oknie podaj folder do zapisu.

#### 2.4.5.1. Zapis kawałków ciętych narzędziem Cięcie na plasterki

W przypadku zapisu kawałków pociętych narzędziem *Cięcie na plasterki (Slice)* pierwszą rzeczą jest wybranie konkretnego kawałka i ustawienie jego parametrów zapisu (rysunek 2.48). Z lewej kolumny modułu wybierz narzędzie *Zaznaczanie plasterków (Slice Select)*, skrót C. Kliknij teraz na dany kawałek. Grafika poza tym kawałkiem będzie lekko wyblakła. Ustaw opcje jak przy zapisie normalnego dokumentu. Postępuj analogicznie z pozostałymi kawałkami. Kliknij w *Zapisz (Save)* i w oknie dialogowym podawania nazwy zmień opcję *Plasterki (Slices)* z *Wszystkie plasterki (All Slices)* na *Wszystkie plasterki użytkownika (All User Slices)*.

W ten sposób wyeksportujesz tylko kawałki stworzone własnoręcznie, a kawałki utworzone automatycznie przez Photoshopa nie będą zapisywane.



Rysunek 2.48. Zapis do formatu PNG w module Zapisz dla Internetu (Save For Web)

## 2.5. Sam nie podołasz, czyli współpraca z programistą

Programista (inaczej koder, błędnie — informatyk lub „dział IT”) jest dla Ciebie bardzo ważną osobą, niezależnie od tego, czy jesteś „tylko” pracownikiem, czy właścicielem firmy prowadzącej sklep internetowy. Zwykle programista wie lepiej i jeśli mówi, że czegoś nie da się zrobić, to najczęściej tak jest. Zgodna współpraca pomiędzy Tobą a programistą jest kluczowa dla działania Twojego sklepu — pamiętaj o tym i nie zaniedbuj tej relacji. Możesz stworzyć świetne wizualia i zdjęcia produktowe, ale to programista musi sprawić, że będą obecne w sklepie i będą działać tak, jak powinny. Programiści to ludzie specyficzni, zazwyczaj konkretni i posługujący się zwięzłymi komunikatami.

Poniżej przytaczam kilkanaście fachowych terminów, które mogą się pojawić w rozmowie z programistą. Ważne, byś znał te terminy i mniej więcej się orientował, co oznaczają. Skutkować to będzie obopólnym zrozumieniem i brakiem przestoju w pracy. Pamiętaj także, aby nie rozwodzić się w rozmowie i aby przechodzić do konkretów. Brak faktów i wyraźnych zadań powoduje u programisty irytację i wydłużenie czasu realizacji rozwiązań, których potrzebujesz.

**Kod strony** to ogólne określenie całości kodu źródłowego tworzącego działający sklep e-commerce. **Kod źródłowy** to zestaw komend określających, co w danej chwili robić, co prezentować użytkownikowi i w jakiej formie. **HTML** jest językiem programowania, w którym tworzy się strukturę strony internetowej: to, gdzie mają być poszczególne moduły, formularze, tekst i nagłówki. **CSS** jest językiem programowania, w którym **stylizuje się** elementy HTML — można np. nadać nagłówkom odpowiedni font, kolor (najczęściej w zapisie szesnastkowym, inaczej określanym jako **HEX**, od angielskiego *hexadecimal*) i wielkość. **JavaScript** to język programowania służący do tworzenia interakcji użytkownika ze stroną, np. pojawienie się okienka po kliknięciu przycisku czy uruchomienie rozwijanego podmenu po najechaniu na belkę menu. To wszystko jest widoczne dla końcowego użytkownika, dlatego kod wykonujący polecenia, które muszą odbywać się na serwerze i nie powinny być przez nikogo widoczne, pisze się w językach programowania wykonywanych na serwerze (tzw. **server-side**). Jest ich kilkanaście, a najpopularniejsze w Polsce to: **PHP**, **ASP**, **ASP .NET**, **Python (Django)** i **Ruby (Ruby on Rails)**. Jeśli korzystasz z gotowego systemu sklepowego PrestaShop, Joomla + Virtuemart, Magento, OpenCart czy OSCommerce, to wiedz, że wszystkie one napisane są w **PHP**. Wszelkie dane, w tym ustawienia sklepu, kategorie i produkty, zapisywane są w **bazie danych SQL** (najpopularniejsza to **MySQL**). Czasami programista będzie potrzebował API do jakiegoś modułu, np. płatności internetowych. **API** jest czymś w rodzaju przejściówki pomiędzy systemem sklepu a systemem zewnętrznym, choćby wspomnianych płatności internetowych. API używa się po to, żeby oba systemy mogły się „dogadać” i współpracować ze sobą. Takie przejściówki są zwykle oferowane przez dostawców usług. Wystarczy ich zapytać o API do języka, w którym napisany jest sklep (najczęściej PHP).

Jeżeli korzystasz w swoim sklepie z panelu administracyjnego, za pomocą którego możesz zarządzać sklepem, rozmawiacie o **zapleczu**. Jeśli chcesz dodać do sklepu pewną funkcjonalność, np. ocenianie produktów, to potrzebujesz tzw. **pluginu**. Strony internetowe są **responsywne**, jeżeli dostosowują swoją szerokość i niektóre elementy do wielkości ekranu, na którym są wyświetlane. Jeśli tego nie robią, nie są responsywne.

Jeżeli chcesz stworzyć **przekierowanie (redirect)** do jakiejś strony, nie mów programiście czegoś w rodzaju: „Jak ktoś wejdzie na tą stronę, to ma mu się pokazywać ta inna”, ale powiedz: „Ta strona ma **przekierowywać** użytkownika na inną stronę”. Jeśli odnośnik ma kierować do danej strony, powiedz: „Ten fragment tekstu ma **linkować** do strony x”. Kiedy programista mówi Ci o **czterysta czwórkach** lub **błędach 404**, oznacza to, że dana strona bądź strony nie istnieją na serwerze. Gdy mówi o **przekierowaniu 301**, oznacza to stałe przekierowanie jednej strony na inną z transferem indeksowania (tzw. wartościowe przekierowanie przyjazne dla **SEO** — optymalizacji witryny w wyszukiwarkach internetowych).



# 3.

---

## Edycja fotografii produktowej

To główna część tej książki. Chcę Cię w niej nauczyć, jak robić dobre zdjęcia, które będą podstawą do tworzenia świetnych (i skutecznych) fotografii produktowych. Znasz pewnie to powiedzenie: jeden obraz wystarczy za tysiąc słów. Tak rzeczywiście jest — wybitne zdjęcia produktowe będą miały duży wpływ na to, czy ludzie kupią Twój produkt, czy nie. Oczywiście samo zdjęcie to nie wszystko. Produkt musi być zachęcający, dobrej jakości i dawać klientowi to, czego potrzebuje. Zdjęcia na stronie produktu to podstawa, opis jest na drugim miejscu.

Zacznijmy od fotografowania produktów. Panuje powszechny pogląd, że w Photoshopie można zrobić wszystko — odchudzić, powiększyć, pomniejszyć, przyciąć, wyprostować, wygładzić. Photoshop w oczach laików robi za makijażystkę, farbę do włosów, siłownię, botoks i całą szafę kremów przeciwzmarszczkowych. Tymczasem programy graficzne wbrew krążącej famie nie są w stanie zrobić wszystkiego. Zapamiętaj prostą zasadę: jeśli do worka wrzuciłeś pół kilograma mąki, to później nie wymiesz z niego całego kilograma. W Photoshopie oznacza to tyle, że z byle jakiego zdjęcia nie zrobisz arcydzieła. Z mocno niedoświetlonego cyku nie wyciągniesz pięknej fotografii, a z poruszonego badziewia nie stworzysz superostrego zdjęcia produktowego. Podstawą wzorowego zdjęcia w sklepie internetowym jest wykonane właściwie i w odpowiednich warunkach zdjęcie cyfrowe. Koniec i kropka.

### 3.1. Tworzenie dobrych zdjęć produktowych

Nie potrzebujesz sprzętu za tysiące złotych, żeby zrobić poprawne zdjęcie, nadające się do późniejszej obróbki. Wystarczy się dobrze przygotować i unikać banalnych błędów.

#### Aparat

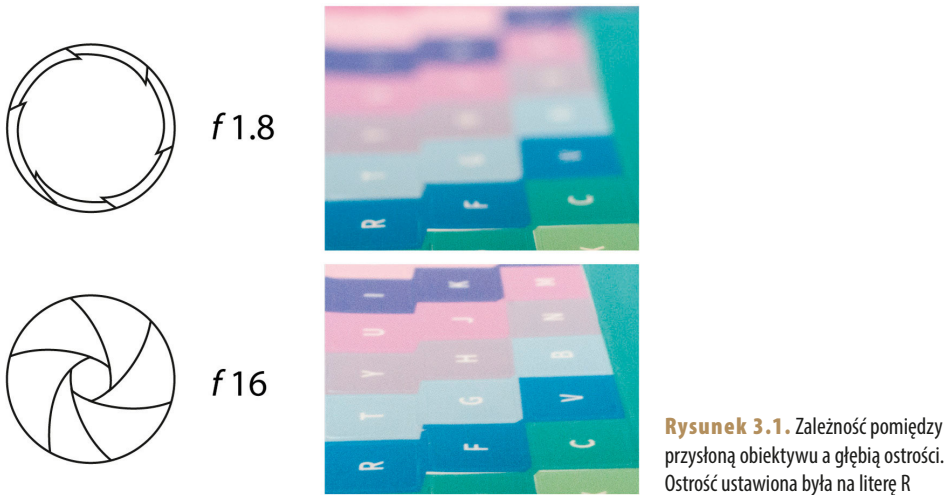
Możesz mieć jeden z czterech typów aparatów: kompakt, hybrydę, lustrzanekę bądź aparat wbudowany w urządzenie przenośne. Jeśli posiadasz kompakt lub aparat wbudowany, pominię sekcję o obiektywach.

W fotografowaniu kompaktem ważne jest, by nie robić zdjęć na automacie i wyłączać lampę błyskową. Warto się też przełączyć na tryb *Program*, w którym masz możliwość wybrania czułości matrycy (ISO) — chcesz, żeby była jak najmniejsza. Jeśli podczas ustawiania ostrości i mierzenia światła kompakt podpowiada Ci, że czas nasświetlenia będzie dłuższy niż 1/100 sekundy, oznacza to, że masz za mało światła.

W aparacie wbudowanym przede wszystkim wyłącz lampę błyskową i ustaw jak najniższe ISO. Kompakty i aparaty wbudowane produkują sporo szumu na zdjęciach, dlatego tak ważne jest ustawienie niskiego ISO. Aparaty te zapisują zdjęcia wyłącznie w formacie JPEG, poddając je pewnym korektom tonalno-barwnym. Jeżeli możesz, wyłącz te korekty i inne efekty (np. wyostrażanie). Zdjęcia JPEG będzie można obrabiać we wtyczce Camera Raw, ale przy obróbce musisz uważać — takie zdjęcia łatwo zniszczyć nieumiejętną lub nadmierną obróbką (może np. powstać wtedy *banding*). W tańszych kompaktach i aparatach wbudowanych w modele smartfonów i tabletów z niskiej półki nie używaj zoomu. Jest on najczęściej cyfrowy i polega po prostu na powiększaniu zdjęcia. Jeśli masz zoom optyczny, to inna bajka, bo powiększenia będą lepsze, jednak nadal uważam, że powinno się po prostu podejść z aparatem bliżej.

Aparaty hybrydowe i lustrzanki mogą fotografować w formacie RAW, więc go wybierz. Przełącz się też na tryb pracy, który umożliwi Ci ustawianie ISO. Wyłącz wszelkie efekty i wyostrażanie zdjęć. Proponuję pracować na trybie manualnym,

w którym masz kontrolę nad wszystkimi ważnymi aspektami fotografowania: czasem, przysłoną (rysunek 3.1) i czułością. Nie rób zdjęć w pomieszczeniach (lub na zewnątrz we wczesnych i późnych porach dnia), jeżeli czas naświetlania jest dłuższy niż 1/80 sekundy, chyba że masz statyw i ustawisz opóźnienie wykonania zdjęcia. Staraj się nie ustawiać przysłony większej niż f8, ponieważ będzie to rodzić problemy ze zbyt małym oświetleniem i „płaskością” sceny. Pamiętaj, że im niższa wartość przysłony, tym więcej światła wpada przez obiektyw, masz mniejszą głębię ostrości (wtedy musisz także dokładnie ostrzyć, bo kilka milimetrów błędu będzie oznaczać nieostre zdjęcie) i możesz ustawić niskie ISO.



**Rysunek 3.1.** Zależność pomiędzy przysłoną obiektywu a głębią ostrości. Ostrość ustawiona była na literę R

## Obiektyw

Jeśli masz lustrzankę z wymiennym obiektywem, to możesz dobrać właściwy model. Obiektywy tzw. kitowe, dołączone w zestawie do lustrzanki, są z reguły odpowiednie do zdjęć produktowych. Nieodpowiednie będą teleobiektywy (o ogniskowej większej niż 70 mm) oraz obiektywy szerokokątne i fisheye (poniżej 24 mm), gdyż zniekształcają one obraz i mogą wprowadzać klienta w błąd co do kształtu i skali produktu. Najlepszy będzie obiektyw zmiennoogniskowy 35 – 55 mm, ewentualnie przyda się obiektyw makro do zdjęć detali i obiektyw portretowy do sesji w terenie.

Przy wyborze obiektywu można oszaleć, patrząc na liczbę modeli i parametrów, które trzeba porównywać. Ja jednak proponuję skupić się na świetle — im niższe F (przysłona), tym więcej światła wpada przez obiektyw i będzie można robić dobre zdjęcia przy mniejszym oświetleniu. Zwróć też uwagę, czy obiektyw nie ma zbyt dużego zakresu ogniskowych, np. 70 – 500. To może oznaczać, że na którymś krańcu obiektyw będzie słabo ostrzył lub będą się wyolbrzymiać wady optyczne. Poza tym warto przeczytać, z reguły wyczerpującą, recenzję konkretnego modelu na stronie *Optyczne.pl*.



## Tło

Tło jest bardzo ważne nie tylko na zdjęciach packshotowych, gdzie powinno być maksymalnie jednorodne i najlepiej białe, ale też na zdjęciach, które planujemy potem montować z innymi. Jeśli chcesz wykonać *slider* albo *hero image* z osobami na wstawionym tle, zrób zdjęcie osób na kontrastowym tle w kolorze niewystępującym na ubraniach tych ludzi. Wtedy wycinanie tła będzie proste i bezbolesne.

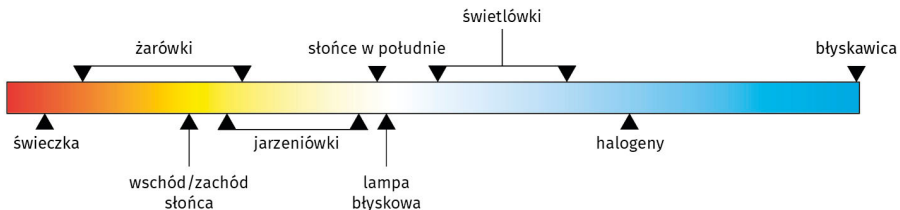
Najgorsze są tła w stylu: meblościanka, wzorzysta tapeta, bałagan w pokoju, ściana bądź inne tło w kolorze podobnym do kolorów obiektu. Takie zdjęcia będą praktycznie bezużyteczne, jeżeli będziesz chciał wycinać produkty z tła. Pamiętaj: im lepsze i bardziej przemyślane tło, tym szybsza i łatwiejsza praca w Photoshopie. Nie wykonuj kiepskich zdjęć w przekonaniu, że nadrobisz to Photoshopem. Nie nadrobisz.

## Oświetlenie

Oświetlenie jest kluczem do świetnej fotografii. Mówi się, że fotograf amator martwi się o sprzęt, a fotograf profesjonalista — o światło. Potrzebujesz mnóstwa światła, więcej, niż Ci się wydaje. Oko ludzkie łatwo adaptuje się do jasności otoczenia i nie jest dobrym miernikiem poziomu oświetlenia. Musisz mieć tyle światła, by przy maksymalnym ISO równym 400 i przysłonie f4 wykonać zdjęcie w czasie 1/100 sekundy. Jeśli pomiar wskazuje, że czas musi być dłuższy, potrzebujesz więcej światła.

Pamiętaj też, że światło ma swój kolor (rysunek 3.2). Jeżeli fotografujesz przy sztucznym świetle, zaopatr się w świetłówki o tzw. kolorze światła słonecznego. Są one też oznaczone jako „daylight” lub mają wskazaną temperaturę 5200 – 5300 kelwinów (uważaj na oświetlenie ze znakiem „daylight”, ale z temperaturą inną niż podałem). Żarówki i świetłówki o niższej temperaturze mają światło żółte, o wyższej — niebieskie. W miarę możliwości unikaj skrajności.

Łatwe sposoby na uzyskanie więcej światła to: fotografowanie przy oknie, doświetlenie lampą, a także użycie blendy — może to być normalna blenda fotograficzna albo kartka białego papieru skierowana tak, by odbite od niej światło oświetlało produkt.



**Rysunek 3.2.** Temperatury barwowe (kolor) popularnych źródeł światła

Teraz przejdę do omówienia specyfiki czterech typów zdjęć, które powinna mieć większość produktów.

### 3.1.1. Packshoty

Packshot to zdjęcie przedstawiające wyizolowany z otoczenia produkt, zaprezentowany na jednolitym tle (rysunek 3.3). Packshot wygląda często jak wycięty z tła produkt, ponieważ albo tło jest białe, albo rzeczywiście produkt wycięto i wstawiono na białe tło.



**Rysunek 3.3.** Przykład dobrego zdjęcia packshotowego

Packshot jest niezbędny niemal dla wszystkich produktów, np. dla wazonów, biżuterii, zabawek. Packshotów nie stosuje się dla odzieży, którą prezentuje się na modelach bądź manekinach. Chodzi tu o to, by klient mógł się dokładnie przyjrzeć produktowi bez rozpraszania absorbującym tłem. Na packshocie to produkt jest centralnym i jedynym aktorem.

Cechami dobrego zdjęcia packshotowego są:

- Centralna kompozycja, która stawia produkt w centrum uwagi (sam produkt ustawiony jest bokiem).
- Brak cieni i oświetlenia utrudniającego rozpoznanie kształtu i struktury obiektu — stosuje się tu często podwójne oświetlenie z obu stron lub namiot bezcieniowy.
- Jednolite tło, najczęściej białe albo bardzo jasne. Jeśli produkt jest jasny, tło może być w kolorze ciepłej szarości, czerni lub w innym kolorze bądź wzorze, który dobrze komponuje się z produktem i wystrojem sklepu internetowego.
- Ostrość oraz wyrazistość szczegółów i wzorów.
- Neutralne oświetlenie, gdyż wtedy zdjęcie pokazuje rzeczywiste kolory i odcienie produktu.

### 3.1.2. Zdjęcia produktów w środowisku użycia

Zdjęcie produktu w środowisku użycia pokazuje produkt w jego naturalnym środowisku, w takich miejscach i sytuacjach, w których będzie realnie stosowany przez klienta (rysunek 3.4). Gdy kupujemy firanę, nie wystarczy nam zdjęcie packshotowe, bo chcemy też zobaczyć, jak ta firana będzie wyglądała rozwieszona nad oknem. Kiedy nabywamy naszyjnik, chcemy zobaczyć, jak będzie się układać na szyi i dekolcie oraz komponować z ubraniem.



**Rysunek 3.4.** Przykład dobrego zdjęcia w środowisku użycia

Tego typu zdjęcia często wymagają wiele miejsca, dobrze urządzonych wnętrz lub ciekawych scenerii. Jeżeli nie możesz zrobić takich zdjęć w mieszkaniu, pomyśl nad innymi rozwiązaniami. Może uda Ci się dogadać z jakąś kawiarnią, która udostępni Ci wnętrze? Może pomogą Ci znajomi?

Cechami dobrego zdjęcia w środowisku są:

- ciekawa sceneria: designerskie wnętrze, park, woda itp.;
- interesująca kompozycja, w której produkt to jedynie dodatek do całości sceny;
- ciekawe oświetlenie, nadające scenie wyrazistości (dopuszczalne są oświetlenia boczne, o wyraźnym kolorze własnym);
- ostrość i wyrazistość faktur, szczególnie w branży odzieżowej;
- ludzie — jako użytkownicy produktu.

### 3.1.3. Zdjęcia z ludźmi

Zdjęcia produktowe z udziałem żywych ludzi są ważne dla produktów, które nosi się na sobie lub przy sobie (rysunek 3.5). Odzież, biżuteria i akcesoria codziennego użytku powinny być fotografowane z ludźmi. To powoduje również, że produkt wydaje się bardziej przystępny, ludzki, nie sprawia wrażenia czegoś martwego.



**Rysunek 3.5.** Przykład dobrego zdjęcia z modelem (w tym przypadku uzyskano mocny efekt i wyraźne kolory dla marki odzieży młodzieżowej). Fot. Anna Dominiak, modelka Basia Ptak

Cechami dobrego zdjęcia z ludźmi są:

- Ciekawa kompozycja, w której ciało człowieka powinno współgrać z produktem, tworzyć jeden „obiekt”
- Neutralny kolor skóry, nieprzebarwiony i niewyretuszowany z niedoskonałości.
- Odpowiednie powiększenie, tak by dostosować kadr do skali produktu — jeśli jest to np. zegarek, nie powinno się wykonywać zdjęcia całej sylwetki, gdyż w takim ujęciu produkt się zgubi i będzie słabo widoczny.
- Ostrość i wyrazistość produktów i tkanin, miękkość skóry.

### 3.1.4. Makro i powiększenia

Zdjęcia makro pokazują detale produktu, szczególnie jeśli jest to tkanina lub specjalne wykończenie powierzchni (rysunek 3.6). Takie zdjęcia wykonuje się obiektywem makro albo aparatem z ustawioną funkcją makro.



**Rysunek 3.6.** Przykład dobrego zdjęcia makro.  
Fot. Anna Dominiak

Cechami dobrego zdjęcia makro są:

- dobre i jednolite oświetlenie pokazujące w całości wszystkie szczegóły bez tworzenia obszarów jaśniejszych i ciemniejszych;
- idealna ostrość;
- żywe, ale realistyczne kolory;
- jeśli to wpływa pozytywnie na odbiór — wykonanie ujęcia ze skosu i wykorzystanie głębi ostrości.

### 3.1.5. Kalibracja monitora

Jednym z elementów profesjonalnego stanowiska pracy fotoedytora jest skalibrowany monitor. Co to oznacza? Monitor, który ma wzorcowe jasność, kontrast i wyświetlanie kolorów oraz zachowuje stałość tych parametrów przez cały czas. Na takim monitorze można wykonywać obróbkę zdjęć, której efekty będą trwałe i nie będą się zmieniać w czasie pod wpływem czynników zewnętrznych. Obróbka zdjęć na nieskalibrowanym monitorze jest jak spacer po polu minowym — nie wiadomo, co z tego wyjdzie (rysunek 3.7).



**Rysunek 3.7.** Wyświetlanie kolorów i jasności na monitorze nieskalibrowanym (lewa połowa) i prawidłowo skalibrowanym (prawa połowa). Nieskalibrowane monitory wyświetlają najczęściej zbyt jasne i zbyt chłodne kolory

Oczywiście zdają sobie sprawę z tego, że jeśli ktoś ma mały sklepik internetowy z dziesięcioma produktami, nie będzie inwestował w kalibrację — warto wtedy przynajmniej prawidłowo ustawić jasność i kontrast na monitorze. Uważam natomiast, że obsługa dużych sklepów z setkami produktów wymaga posiadania profesjonalnego sprzętu (to znaczy monitora o ekranie minimum 21 cali i z matrycą lepszą niż TN, czyli PVA, SVA lub IPS), w dodatku dobrze skonfigurowanego.



Kalibrację wykonuje się urządzeniem zwanym kalibratorem bądź kolorymetrem. Ceny takich urządzeń zaczynają się od kilkuset złotych wzwyż, więc ciekawą możliwością jest korzystanie z usług kalibrowania monitorów, których cena wynosi około kilkudziesięciu złotych. Monitor należy kalibrować co jakiś czas — im starszy monitor, tym częściej. Dla nowych lub prawie nowych monitorów proponuję odstęp trzech miesięcy.

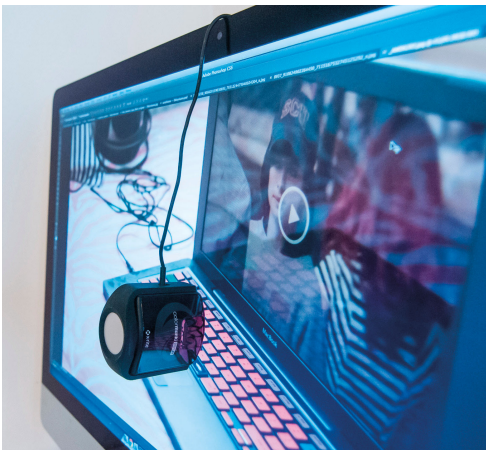
Procedurę kalibracji monitora opiszę na przykładzie kalibratora ColorMunki Display, ponieważ takim dysponuję. Inne kalibratory działają i kalibrują podobnie. Następnie pokażę procedurę ręcznej „kalibracji” dla tych, którzy nie chcą używać kalibratora.

1. Uruchom program kalibrujący dostarczony z kalibratorem i podłącz kalibrator do gniazda USB. Pamiętaj o ustawieniu monitora na pełną jasność i kontrast 50% (na macu ustaw maksymalną jasność z klawiatury). Jeśli masz laptopa, na czas kalibracji podłącz zasilacz i wyłącz wszelkie narzędzia zmieniające jasność ekranu (oszczędzanie energii, wygaszacz itp.).
2. Pozwól kalibratorowi zmierzyć jasność otoczenia — na tej podstawie będzie on potem ustalał jasność monitora (rysunek 3.8).



**Rysunek 3.8.** Kalibrator w pozycji pomiaru jasności otoczenia. Dioda zapala się co kilka sekund

3. Obróć pokrywę obiektywu i zawieś kalibrator na ekranie (rysunek 3.9).



**Rysunek 3.9.** Prawidłowo zawieszony kalibrator. Dioda miga

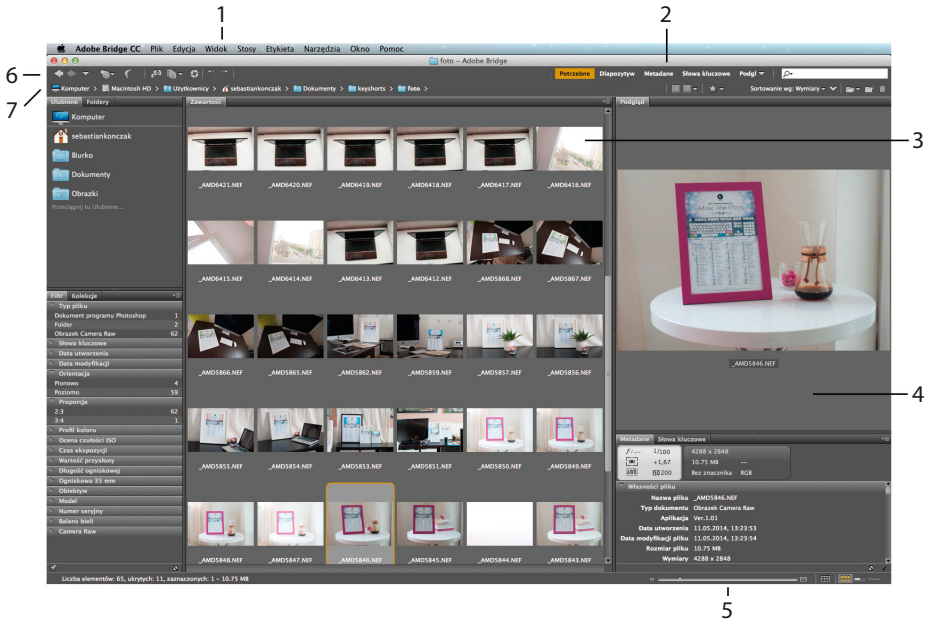
4. Pozwól kalibratorowi wykonać pracę — zajmie to kilka minut; w tym czasie na ekranie będą wyświetlane różne kolory.
5. Zapisz stworzoną przestrzeń kolorów. Gotowe! :)

Jeżeli nie chcesz lub nie możesz używać kalibratora, wyszukaj w Google grafiki pod hasłem *monitor calibration image*. Znajdź grafikę z paskami szarości. Dopasuj jasność i kontrast monitora tak, by wszystkie odcienie szarości były widoczne, a jednocześnie by biel i czerń rzeczywiście nimi były (nie chcesz „szarej czerni”).

## 3.2. Zgrywanie zdjęć z aparatu lub karty pamięci

Jeśli fotografujesz już jakiś czas, to zapewne wiesz, jak zgrać zdjęcia z aparatu (lub karty pamięci) na komputer. Ja jednak chcę Ci pokazać nieco inną metodę, mianowicie zgrywanie poprzez Bridge'a.


Bridge jest zaawansowaną przeglądarką dokumentów, w naszym przypadku zdjęć, która ma świetne narzędzia do przeglądania zasobów, ich katalogowania, klasyfikowania i selekcji. Program ten jest dostarczany razem z Photoshopem (rysunek 3.10).

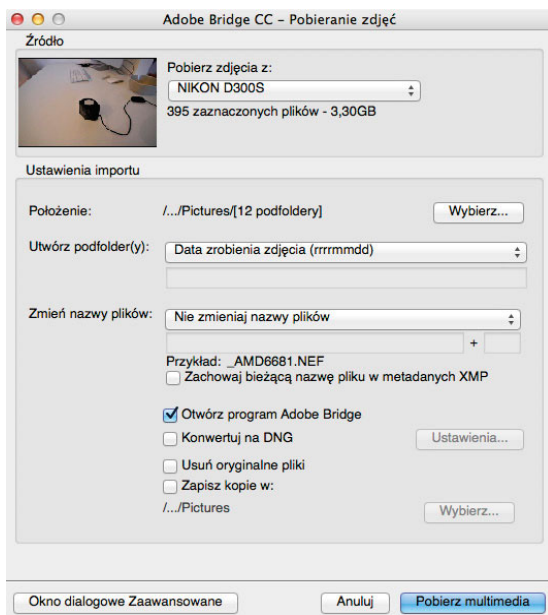


**Rysunek 3.10.** Interfejs programu Adobe Bridge CC: 1 — główne menu, 2 — przestrzeń robocza, 3 — panel Zawartość (Content) do przeglądania dokumentów, 4 — panel Podgląd (Preview), 5 — suwak do zmiany rozmiaru miniatur w panelu Zawartość (Content), 6 — przydatne ikony narzędzi, 7 — ścieżka do folderu, w którym się znajdujemy



Zanim jednak zgramy zdjęcia, muszę poruszyć kwestię długotrwałego przechowywania zdjęć na kartach pamięci. Robi tak wiele osób, a moim zdaniem to błąd. Po pierwsze, po pewnym czasie nie wiemy już, co mamy zgrane, a co nie. Po drugie, pojawia się pokusa obróbki zdjęć znajdujących się na karcie, co tworzy dodatkowe zamieszanie i kolejne pliki na karcie. Po trzecie, aparaty domyślnie nie zapisują zdjęć do folderów odpowiadających sesjom, tylko zrzucają kolejne zdjęcia do jednego lub kilku zbiorczych folderów. Po jakimś czasie w takim katalogu są tysiące zdjęć, którymi nie da się zarządzać. Po czwarte, nie możemy efektywnie zarządzać zdjęciami ani katalogować ich w foldery z sesjami. I po piąte, nieusunięte zdjęcia z karty zajmują po prostu miejsce. Zatem zgrywając zdjęcia z aparatu czy karty, kasuj je stamtąd.

Aby zgrać zdjęcia w Bridge'u, podłącz aparat lub czytnik kart i w menu *Plik (File)* wybierz polecenie *Pobierz obrazy z aparatu fotograficznego (Get Photos From Camera)* albo z paska narzędzi wybierz  (rysunek 3.11). Pojawi się monit pytający, czy przy podłączeniu aparatu (karty) automatycznie ma się uruchamiać moduł *Pobieranie zdjęć (Photo Downloader)*. Na razie kliknij *Nie (No)*.



**Rysunek 3.11.** Okno dialogowe Pobieranie zdjęć (Get Photos from Camera)

Mamy tutaj dwie sekcje: *Źródło (Source)* i *Ustawienia importu (Save Options)*. W sekcji *Źródło (Source)* wybieramy, skąd zgrywać zdjęcia — jeśli mamy podłączony jeden aparat (kartę), automatycznie zostanie on wybrany. Jeżeli jest ich więcej, musimy wskazać, z którego urządzenia chcemy importować zdjęcia.

W sekcji *Ustawienia importu (Save Options)* najważniejszym ustawieniem jest *Polożenie (Location)*. Tutaj ustalamy folder, do którego mają być zrucane pliki.

Kolejną opcją jest *Utwórz podfoldery (Create Subfolders)*. Bridge automatycznie pogrupuje zdjęcia w foldery z konkretnych dni zdjęciowych. Możemy zmienić tę opcję albo wybrać *Brak (None)*, jeśli nie chcemy podfolderów. Dalej mamy opcję *Zmień nazwy plików (Rename Files)*, która pozwala zrzućanym plikom zmieniać nazwy. Domyślnie ta opcja jest wyłączona (*Nie zmieniaj nazwy plików — Do not rename files*), ale dobrą praktyką jest zmiana nazw na datę wykonania i numer porządkowy. Wybierzmy więc opcję *Data wykonania (rrrrmmdd) — Shot date (yyyyymmdd)*, co doda nam datę w formacie 2014-01-01, gdzie pierwsze cztery cyfry to rok, następne to miesiąc, a ostatnie dzień.

Kolejne opcje możemy po prostu włączyć lub wyłączyć. Nie chcemy zaznaczać opcji *Otwórz program Adobe Bridge (Open Adobe Bridge)*, ponieważ mamy już ten program otwarty. *Konwertuj na DNG (Convert to DNG)* pozwala przekonwertować pliki RAW-owskie na format *Digital Negative*. Chcemy zaznaczyć opcję *Usuń oryginalne pliki (Delete Original Files)*, co usunie zdjęcia z aparatu (karty) po ich zrzuceniu na komputer. Jeśli chcemy zrobić kopię zapasową zdjęć, zaznaczymy *Zapisz kopie w (Save Copies To)* i wskażmy folder docelowy dla tych kopii.

Kiedy mamy już wszystko ustawione, klikamy w *Pobierz multimedia (Get Media)* i czekamy, aż Bridge zaimportuje zdjęcia.

## 3.3. Zarządzanie zbiorem fotografii

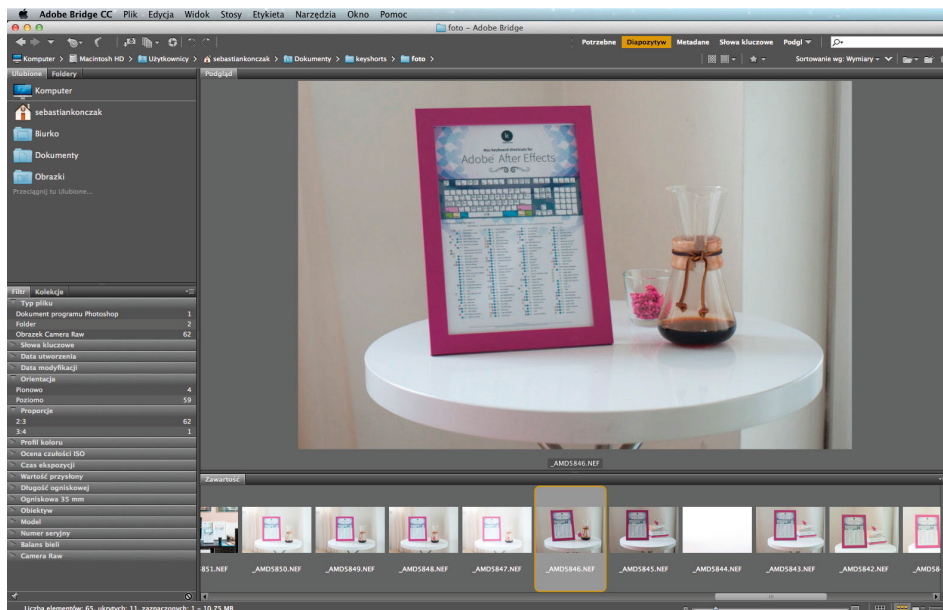
Zdjęć nigdy nie jest za wiele — warto trzymać się tej zasady podczas sesji zdjęciowych. Fotografia cyfrowa nie ma ograniczeń ilościowych, nie mamy tutaj rolki filmowej z limitem 36 klatek jak za dawnych czasów. Rób zatem dużo zdjęć, bo nigdy nie wiadomo, które okaże się najlepsze. Wykonywanie mnóstwa zdjęć ma jednak pewną wadę — trudno nimi zarządzać, przeglądać je i wybierać te idealne.

### 3.3.1. Przeglądanie zdjęć

Zobaczmy, jak można przeglądać zdjęcia w Bridge'u i jakie są tutaj opcje. Zaczniemy od trybu wyświetlania plików. Domyślnie program prezentuje układ paneli z przestrzeni roboczej *Podstawowe (Essentials)*. Jest ona w tej chwili aktywna, ponieważ jej nazwa ma żółto-brązowe tło w prawej górnej części ekranu.

Przestrzeń ta pozwala przeglądać pliki tak jak w Eksploratorze Windows czy Finderze na macu. Pliki prezentowane są jako miniaturki, które dodatkowo możemy skalować suwakiem umieszczonym w dolnej prawej części interfejsu Bridge'a.

Choć domyślna przestrzeń działa dobrze, do przeglądania dużej liczby zdjęć lepsze są dwie inne: *Diapozytyw (Filmstrip)* i *Podgląd (Preview)*. Kliknij na *Diapozytyw (Filmstrip)* obok aktywnej przestrzeni *Podstawowe (Essentials)*. Interfejs zmienił się (rysunek 3.12). Panel podglądu zdjęcia jest duży, a miniatury mamy pod nim, w poziomym pasku (stąd nazwa przestrzeni). Możemy przemieszczać się pomiędzy plikami za pomocą strzałek na klawiaturze.



**Rysunek 3.12.** Przestrzeń robocza Diapozytyw (Filmstrip) w Bridge'u CC

Przestrzeń *Podgląd (Preview)* wygląda podobnie, ale pasek z miniaturami jest pionowy i znajduje się po lewej stronie od powiększonego panelu podglądu.

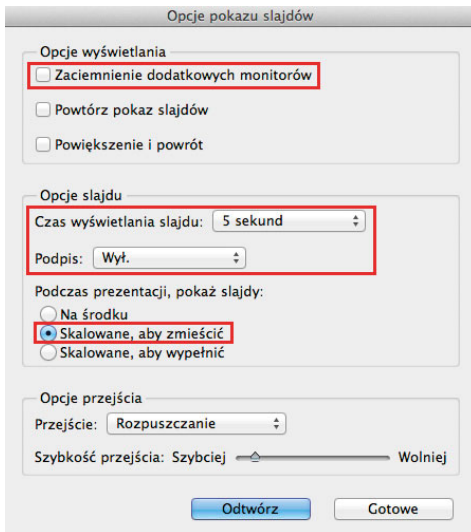
Jeśli chcemy całkowicie skupić się na zdjęciach, można — kiedy któreś z nich jest zaznaczone — przejść do podglądu pełnoekranowego poprzez wciśnięcie spacji. Aby wyjść z tego trybu, należy ponownie skorzystać ze spacji.

*Pokaz slajdów (Slideshow)*, skrót *Ctrl+L* (na macu *Cmd+L*), umożliwia przeglądanie zdjęć w trybie pełnoekranowym z automatyką ich przełączania. Podczas pokazu możemy użyć wielu skrótów klawiszowych, które ułatwiają obróbkę i ocenianie zdjęć:

- **Spacja** — pauzuje lub wznawia spauzowany pokaz.
- **Esc** — kończy pokaz slajdów.
- **+/-** — powiększa albo pomniejsza widok zdjęcia.
- **L** — opcje pokazu slajdów (omówię je szczegółowo za chwilę).
- **Strzałka w lewo/strzałka w prawo** — pokaz poprzedni bądź następny dokument; należy pamiętać, że korzystanie z tych klawiszy pauzuje pokaz.
- **[/]** — obróć zdjęcie w lewo lub prawo.
- **1 – 5** — nadaj ocenę.
- **6 – 9** — nadaj etykietę.

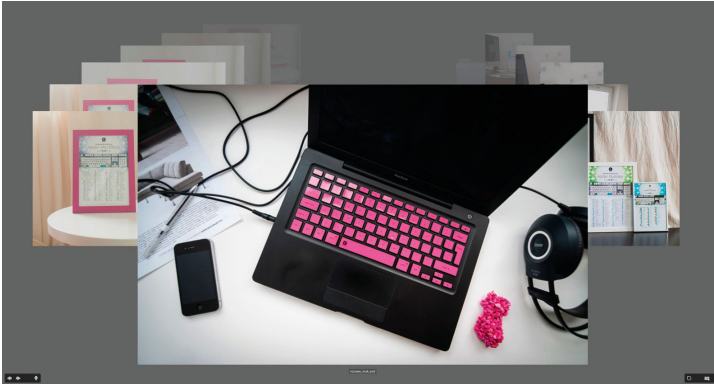
- **O** — wyczyść ocenę bądź etykietę.
- **Alt/Opt+Delete** — odrzuć zdjęcie.
- **O** — otwórz.
- **R** — otwórz w Camera Raw.

W oknie *Opcje pokazu slajdów (Slideshow Options)*, skrót *Ctrl+Shift+L* (na macu *Cmd+Shift+L*), warto zmienić niektóre opcje (rysunek 3.13). Opcja *Zaciemnienie dodatkowych monitorów (Black Out Additional Monitors)* pozwala wygasić inne monitory podczas pokazu slajdów. Pomaga to lepiej ocenić zdjęcie, ponieważ nie razi nas światło drugiego monitora. Opcja *Czas wyświetlania slajdu (Slide Duration)* określa czas pomiędzy przełączeniami zdjęć. Domyślnie jest to 5 sekund, ale możemy to zmienić na inną wartość. Możemy także włączyć podpisy do zdjęć, ustawiając opcję *Podpis (Caption)* na *Pełny (Full)*. Upewnij się też, że opcja *Pokaż slajdy (Show Slides)* ustawiona jest na *Skalowane, aby zmieścić (Scaled to Fit)* — chcesz widzieć całe zdjęcie a nie tylko jego fragment.



**Rysunek 3.13.** Opcje pokazu slajdów

*Tryb recenzji (Review Mode)*, skrót *Ctrl+B* (na macu *Cmd+B*), jest moją ulubioną formą przeglądania zdjęć w Bridge'u, gdyż mamy tutaj do dyspozycji trójwymiarową karuzelę ze zdjęciami (rysunek 3.14). Zdjęcia przeglądamy strzałkami na klawiaturze, możemy je także oceniać za pomocą tych samych klawiszy co w pokazie slajdów.

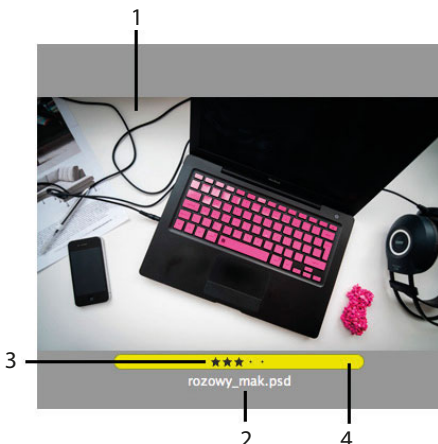


Rysunek 3.14. Tryb recenzji (Review Mode) w Bridge'u CC

### 3.3.2. Ocenianie i grupowanie zdjęć

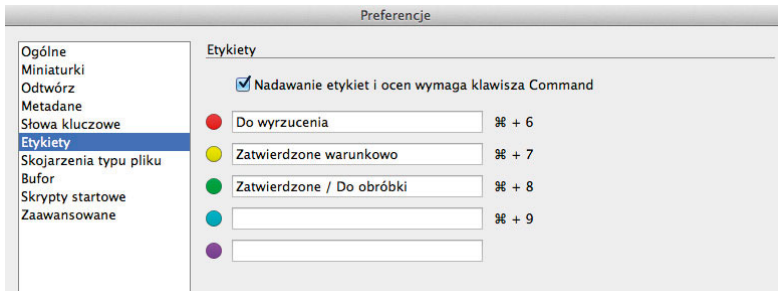
Po co oceniać, sortować i katalogować zdjęcia? Dla wygody — oceny pozwolą Ci wybrać najlepsze zdjęcia, etykiety uszeregują pliki pod względem zaplanowanej pracy, a stopy i kolekcje pomogą zgrupować podobne ujęcia lub zdjęcia tego samego tematu bądź przedmiotu. Może się wydawać, że jest to niepotrzebne i stanowi dodatkową pracę, ale wierz mi — po jakimś czasie oceny, etykiety i inne formy grupowania zdjęć okażą się bezcenne, jeśli trzeba będzie znaleźć konkretne ujęcie sprzed roku.

Gwiazdki stanowią podstawową metodę oceny zdjęć w Bridge'u (rysunek 3.15). Możemy przyznać od jednej do pięciu gwiazdek albo pozbawić zdjęcie gwiazdek. Wiesz już, jak to zrobić podczas pokazu slajdów i w trybie oceny. Poza tymi narzędziami musimy oczywiście zaznaczyć zdjęcie i skorzystać ze skrótów *Ctrl/Cmd+1* do *5*, a jeśli chcemy pozbawić zdjęcie oceny, używamy skrótu *Ctrl/Cmd+0*. Możemy też korzystać z menu *Etykieta (Label)*, w którym mamy pozycje służące nadawaniu gwiazdek i etykiet.



Rysunek 3.15. Miniatura fotografii w panelu Zawartość (Content):  
1 — podgląd zdjęcia, 2 — nazwa pliku, 3 — ocena w postaci gwiazdek, 4 — etykieta

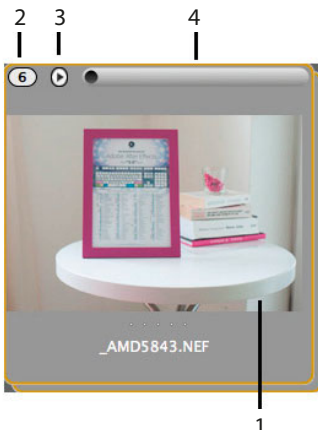
Zanim będziemy nadawać zdjęciom etykiety, musimy zdefiniować, co one oznaczają. Etykiety mają ustalony zestaw kolorów, ale od nas zależy to, co każdy kolor będzie oznaczał. Wejdźmy w preferencje Bridge'a, wykorzystując skrót *Ctrl/Cmd+K*, i przejdźmy do zakładki *Etykiety (Labels)* — rysunek 3.16.



**Rysunek 3.16.** Zakładka Etykiety (Labels) w preferencjach Bridge'a

Proponuję używać etykiet, które mają nadane skróty klawiszowe (pominąć ostatnią). Ja stosuję następujący kod barwny dla etykiet: zielony — zdjęcie zaakceptowane i do obróbki, żółty — zdjęcie zostaje, jeśli uda się je uratować w obróbce, czerwony — zdjęcie do wyrzucenia. Myślę, że to najprostszy i najbardziej intuicyjny sposób korzystania z tych etykiet. Kliknijmy *OK*, by zaakceptować zmiany.

W Bridge'u możemy grupować zdjęcia przy pomocy stosów i kolekcji (rysunek 3.17). Stos to po prostu kilka zdjęć zgrupowanych pod jedną miniaturką. Jest to przydatne, jeśli mamy kilka zdjęć tego samego produktu i chcemy trzymać je razem (co jest też ułatwieniem, gdy w folderze jest mnóstwo zdjęć). Aby stworzyć stos, zaznacz kilka zdjęć i wybierz polecenie *Grupuj jako stos (Group as Stack)* z menu *Stosy (Stacks)* lub użyj skrótu *Ctrl+G* (na macu *Cmd+G*). Zdjęcia złożą się w jedną podwójną miniaturkę ze wskazaniem liczby zdjęć w stosie. Miniaturka pierwszego zaznaczonego zdjęcia będzie figurować jako miniatura całego stosu. Kiedy najedziesz na stos, pojawi się ikona play. Klikając w nią, możesz szybko zobaczyć miniatury zdjęć w stosie.




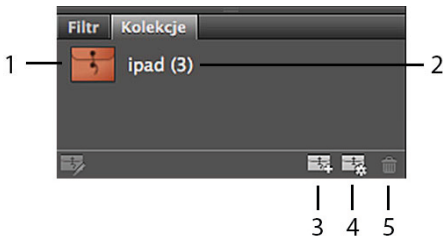
**Rysunek 3.17.** Stos: 1 — okładka stosu, 2 — liczba plików wewnątrz stosu, 3 — przycisk odtwarzania miniaturki zdjęć składowych, 4 — pasek postępu odtwarzania




Żeby pracować ze zdjęciami stosu, można łatwo otwierać i zamykać stos, wykorzystując skróty *Ctrl*+prawa strzałka i *Ctrl*+lewa strzałka. By usunąć stos i rozgrupować jego zdjęcia, użyj skrótu *Ctrl*+*Shift*+*G*, na maczu *Cmd*+*Shift*+*G*. Jeżeli masz sporo stosów i chcesz je otworzyć albo zamknąć za jednym razem, wybierz z menu *Stosy (Stacks)* polecenia *Rozwiń wszystkie stosy (Expand All Stacks)* bądź *Zwiń wszystkie stosy (Collapse All Stacks)*.

Stosy są dobrym rozwiązaniem do grupowania kilku zdjęć. Do tworzenia większych grup wykorzystujemy w Bridge'u kolekcje. Mają one też tę przewagę, że posiadają własny panel, zatem niezależnie od tego, gdzie w strukturze folderów się znajdujemy, zawsze mamy szybki dostęp do naszych kolekcji.

Aby stworzyć kolekcję, zaznacz kilka lub kilkanaście zdjęć, np. tych wybranych do obróbki z danej sesji zdjęciowej. Teraz przejdź do panelu *Kolekcje (Collections)*. Jeśli go nie ma, wejdź w menu *Okno (Window)* i wybierz polecenie *Panel Kolekcje (Collections Panel)*. Panel przedstawiony jest na rysunku 3.18. Kliknij w ikonę nowej kolekcji  — Bridge zapyta się, czy dołączyć do kolekcji zaznaczone zdjęcia: tak, chcesz tego. Na końcu nazwij swoją kolekcję. Kiedy klikniesz w panelu *Kolekcje (Collections)* na swoją kolekcję, w panelu *Zawartość (Content)* otworzy się ten wirtualny folder ze zdjęciami, które wcześniej zaznaczyłeś. Jeżeli chcesz usunąć jakieś zdjęcia z kolekcji, zaznacz je i wciśnij przycisk *Usuń z kolekcji (Remove from Collection)*. Jeśli chcesz dodać nowe zdjęcia do kolekcji, kliknij i przeciągnij je do ikony kolekcji w panelu *Kolekcje (Collections)*. Jeżeli w końcu chcesz usunąć kolekcję, zaznacz ją i kliknij w kosz.



**Rysunek 3.18.** Panel Kolekcje (Collections): 1 — istniejąca kolekcja o nazwie „ipad”, 2 — liczba plików w kolekcji, 3 — ikona tworzenia nowej kolekcji, 4 — ikona tworzenia nowej kolekcji inteligentnej, 5 — ikona usuwania kolekcji

**WSKAZÓWKA:** W Bridge'u możemy także tworzyć kolekcje inteligentne, których zawartość zmienia się w zależności od parametrów. Możemy np. dodawać do kolekcji automatycznie te zdjęcia, którym nadaliśmy pięć gwiazdek. W panelu *Kolekcje (Collections)* kliknij w ikonę *Nowa kolekcja inteligentna (New Smart Collection)* . W polu *Szukaj w (Look in)* musisz podać folder, który ma być obserwowany w poszukiwaniu pasujących plików. W sekcji *Kryteria (Criteria)* podajemy kryteria wyboru plików. Mamy tutaj mnóstwo zmiennych do wyboru — w naszym przypadku wybierzmy w pierwszym i drugim polu *Ocena (Rating)* i *Równa się (Equals)*, a w trzecim 5 gwiazdek. Możemy dodać więcej kryteriów, klikając w plus po prawej stronie. W polu *Dopasuj (Match)* określamy, czy ma być spełnione jakiegokolwiek kryterium (*Jeżeli spełnia dowolne kryteria — If any criteria are met*), czy też wszystkie (*Jeżeli spełnia wszystkie kryteria — If all criteria are met*). Proponuję odznaczyć opcję *Dołącz pliki bez indeksowania (Include Non-indexed Files)*, ponieważ w przypadku zdjęć wszystkie pliki są indeksowane.

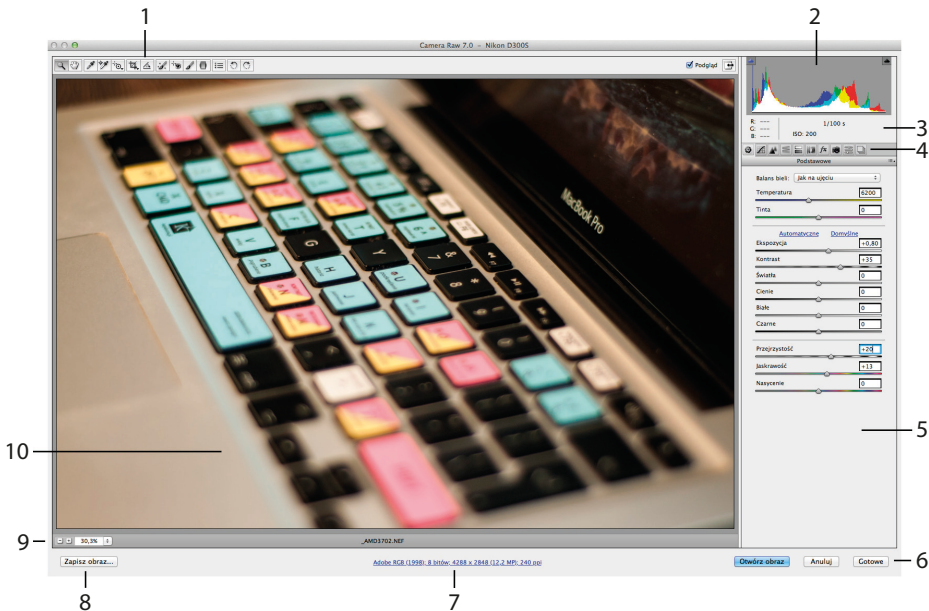


## 3.4. Obróbka zdjęć w Camera Raw

Obróbka fotografii produktowych we wtyczce Camera Raw to obecnie jedyne sensowne i wydajne podejście do profesjonalnej edycji zdjęć w Photoshopie. Zaletami tego trybu pracy są działanie na plikach RAW, możliwość obróbki bezpośrednio z programu Bridge, a także mnóstwo opcji eksportu i zapisu gotowych zdjęć.

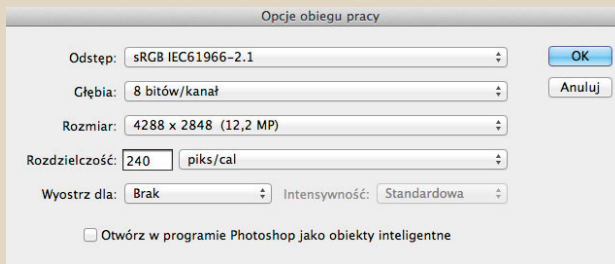
Wtyczka składa się z kilku sekcji (rysunek 3.19). Na górze mamy pasek z narzędziami. W centrum znajduje się nasza fotografia, po prawej zakładki z suwakami — serce wtyczki, a na dole opcje zapisu i eksportu. Jeśli otwieramy więcej niż jedno zdjęcie we wtyczce, po lewej stronie okna pojawia nam się dodatkowo pionowy pasek z miniaturami tych zdjęć.

We wtyczce funkcjonują te same skróty klawiszowe służące do poruszania się po dokumencie co w Photoshopie. *Ctrl++* (na macu *Cmd++*) powiększa obraz, *Ctrl+-* (na macu *Cmd+-*) pomniejsza go, a wciśnięcie i przytrzymanie spacji pozwala na dostęp do narzędzia *Rączka (Hand)*, którym możemy przesuwać obraz na ekranie.



**Rysunek 3.19.** Interfejs wtyczki Camera Raw: 1 — narzędzia, 2 — histogram, 3 — parametry fotograficzne dokumentu, 4 — ikony zakładek, 5 — aktywna zakładka, 6 — przyciski kończące pracę, 7 — odnośnik opcji obiegu pracy, 8 — przycisk eksportu wywołanych plików, 9 — skala podglądu dokumentu, 10 — podgląd dokumentu

**WSKAZÓWKA:** Jeśli chcesz w pełni kontrolować działanie wtyczki Camera Raw, szczególnie wtedy, kiedy będziesz chciał po obróbce otwierać zdjęcia bezpośrednio w Photoshopie, polecam sprawdzić *Opcje obiegu pracy* (*Workflow Options*) — rysunek 3.20. Kliknij w niebieski link na dole wtyczki. Wyświetli się okno dialogowe. Sekcja *Odstęp* (*Color Space*) określa profil kolorów, z jakimi zdjęcie będzie eksportowane do Photoshopa. Ustaw tutaj sRGB. W polu *Głębina* (*Depth*) wybierz 16 bitów, ponieważ chcemy mieć zwiększoną głębokość bitową (to pozwoli na uzyskanie lepszej jakości zdjęcia przy mocnej obróbce). *Rozmiar* (*Image Sizing*) umożliwi zmianę rozmiaru zdjęcia podczas eksportu. Jeżeli masz zaznaczoną opcję *Przeskaluj, by zmieścić* (*Resize To Fit*), odznacz ją. Chcemy eksportować zdjęcia o pełnej wielkości. Wyłącz też opcję *Wyostrz dla* (*Sharpen For*), gdyż będziemy wyostrażać zdjęcia albo w Camera Raw, albo w samym Photoshopie. Kliknij OK.



**Rysunek 3.20.** Opcje obiegu pracy z zalecanymi ustawieniami w Photoshopie CS6

W Photoshopie CS6 to okno dialogowe jest nieco prostsze: w menu *Odstęp* (*Color Space*) ustaw sRGB, menu *Głębina* (*Bit Depth*) ustaw na 16 bitów, *Rozmiar* (*Size*) zostaw na domyślnej wartości (bez plusa lub minusa), a *Wyostrz dla* (*Sharpen For*) ustaw na *Brak* (*None*).


**WSKAZÓWKA:** Możesz archiwizować zdjęcia w formatach RAW-owskich (najczęściej .cr2 dla lustrzanek Canona i .nef dla Nikona), zapisując je do formatu DNG. Ten stworzony przez Adobe format zapisu oryginałów pozwala kompresować spore pliki RAW, dzięki czemu zaoszczędzisz miejsce na dysku (same pliki RAW nie są w żaden sposób kompresowane, więc jedno zdjęcie może ważyć nawet kilkanaście megabajtów). Aby zapisać pliki jako DNG, kliknij w przycisk *Zapisz obraz(y)* (*Save Image(s)*) w dolnym lewym rogu wtyczki Camera Raw i w sekcji *Format* wybierz *Digital Negative*. Kliknij w *Zapisz* (*Save*). Gotowe! :)

**WSKAZÓWKA:** We wtyczce Camera Raw możesz otwierać nie tylko pliki w formatach RAW. Otwierając pliki z programu Bridge, po prostu kliknij prawym przyciskiem myszy na zdjęcie w formacie JPEG lub TIFF i wybierz z menu *Otwórz* w Camera Raw. W Photoshopie sprawa jest trudniejsza. Wywołaj okno dialogowe *Otwórz (Open)* (zastosuj skrót *Ctrl+O*, na macu *Cmd+O*, albo po prostu kliknij dwukrotnie w tło programu), zaznacz pliki, a w polu *Format* zmień JPEG na Camera Raw. Kliknij w przycisk *Otwórz (Open)*. W ten sposób możesz np. obrabiać w Camera Raw zdjęcia zrobione za pomocą smartfona bądź tabletu. :)

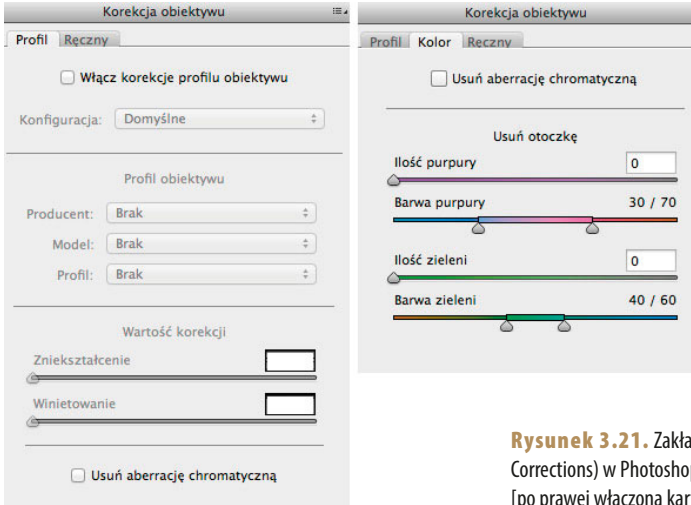
### 3.4.1. Korekcje niedoskonałości obiektywu

Zacniemy korygować nasze zdjęcia inaczej, niż to podpowiada większość materiałów szkoleniowych na ten temat. Dlaczego? Korekcja zniekształceń obiektywu powinna być pierwsza, bo to po niej możemy wykonać efektywne i ostateczne kadrowanie. Narzędzie *Pion (Upright)* resetuje np. wszelkie kadry stworzone narzędziem *Kadruj (Crop)*. Korekcja aberracji chromatycznej jest za to najefektywniejsza wtedy, kiedy nie zastosowaliśmy jeszcze żadnej obróbki tonalno-barwnej.

Dlaczego w ogóle korygować niedoskonałości obiektywu? Ponieważ wiele obiektywów (szczególnie szerokokątnych) tworzy na zdjęciach zbiegi perspektywy pionowej (tzw. wałące się ściany budynków — w naszym przypadku boki produktów o sporych rozmiarach), a także inne deformacje, które po prostu przeinaczają wygląd tego, co fotografujemy. W fotografii produktowej ważne jest, by pokazać produkt takim, jakim rzeczywiście jest.

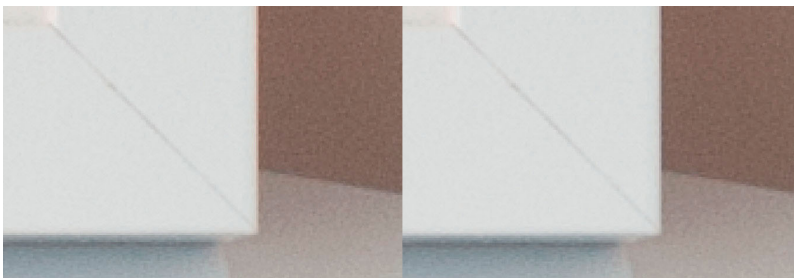
1. W Bridge'u wejdź w folder *Rozdział 3/3.4* i zaznacz plik *plakat.nef*. Kliknij prawym klawiszem myszy i z menu podręcznego wybierz *Otwórz w Camera Raw (Open in Camera Raw)*.
2. Po uruchomieniu modułu przejdź do zakładki *Korekcja obiektywu (Lens Corrections)*  (rysunek 3.21). W Photoshopie CC i nowszym mamy tutaj trzy karty. Proponuję przejść od razu do drugiej — *Kolor (Color)*. Ta karta umożliwia redukcję aberracji chromatycznej. W Photoshopie CS6 natomiast zjedź w domyślnej karcie *Profil (Profile)* na sam dół, do opcji *Usuń aberrację chromatyczną (Remove Chromatic Aberration)*.

Aberracja taka powstaje w wyniku rozszczepienia światła przechodzącego przez soczewki obiektywu, co powoduje minimalne przesunięcie kolorów na obrazie. Im droższy obiektyw, tym mniejsza aberracja. Redukcja aberracji nie jest konieczna na każdym zdjęciu — jest wymagana tylko w przypadku, kiedy defekt ten jest wyraźnie widoczny na zdjęciu oglądanym w oddaleniu (w skali, w jakiej będzie oglądane w sklepie internetowym).



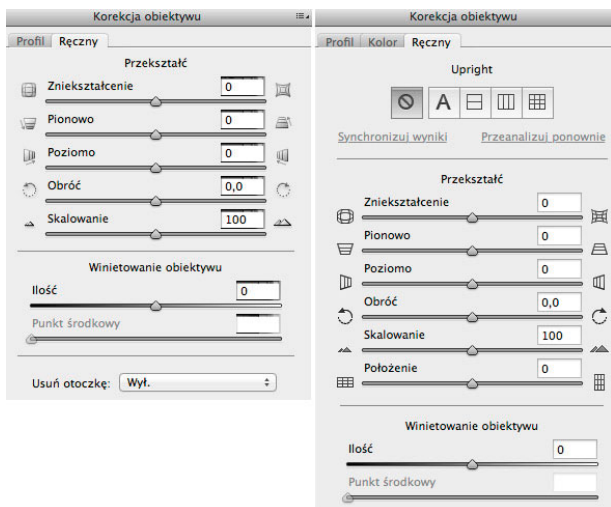
**Rysunek 3.21.** Zakładka Korekcja obiektywu (Lens Corrections) w Photoshopie CS6 (po lewej) i Photoshopie CC [po prawej włączona karta Kolor (Color)]

3. Powiększ zdjęcie do widoku 400% i przejdź do prawej krawędzi ramy. Kliknij w opcję *Usuń aberrację chromatyczną* (*Remove Chromatic Aberration*). Jeśli występuje tu aberracja chromatyczna, to powinien teraz zniknąć nieznaczny pasek czerwieni lub zieleni wzdłuż tej krawędzi.
4. W Photoshopie CC i CC 2014 możesz dokładniej skorygować odchylenie chromatyczne. Przejdź do odpowiedniego suwaka ilości koloru [*Ilość purpury* (*Purple Amount*) dla purpury albo *Ilość zieleni* (*Green Amount*) dla zieleni]. Przesunięcie któregośkolwiek z tych suwaków w prawo usuwa tę kolorową otoczkę z krawędzi. Jeżeli kolor nie jest w pełni usuwany, dopasuj jego zakres suwakiem *Barwa purpury* (*Purple Hue*) lub *Barwa zieleni* (*Green Hue*). Dopasowując usuwanie aberracji, pamiętaj, by nie usunąć ze zdjęcia koloru purpurowego bądź zielonego, jeśli mają one na nim występować (rysunek 3.22).



**Rysunek 3.22.** Aberracja chromatyczna na krawędzi ramki (po lewej) i po jej usunięciu (po prawej)

Jeżeli fotografujesz spore obiekty we wnętrzach, np. meble, częstym defektem zdjęcia będą ukośne ściany lub wygięcia — prostych przecięz — krawędzi przedmiotu. Możemy to skorygować w trzeciej karcie: *Ręczny (Manual)* — rysunek 3.23. W Photoshopie CS6 jest to druga podzakładka. Do pracy z poniższymi narzędziami otwórz plik *macbook\_kamien.nef*.

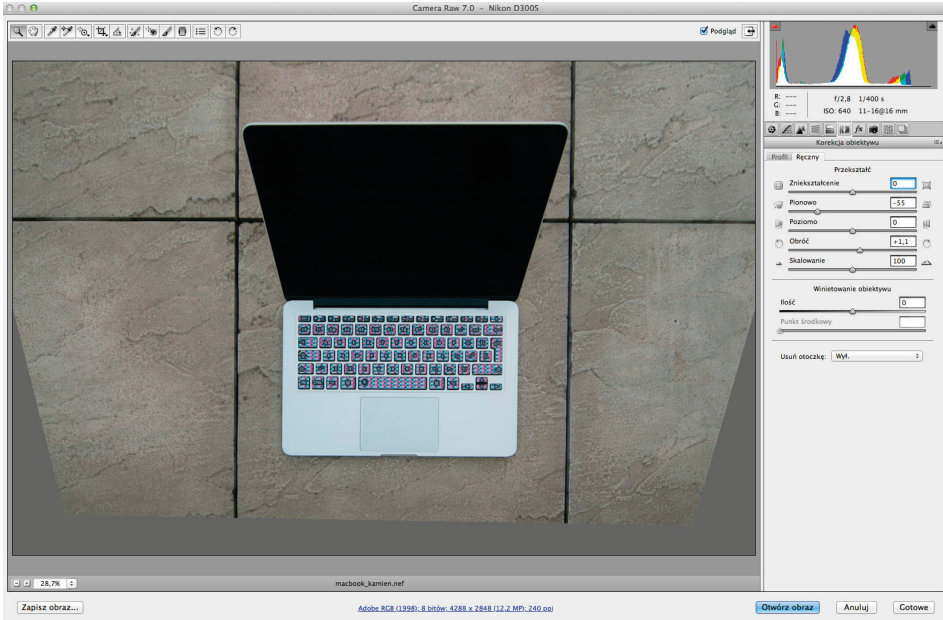


**Rysunek 3.23.** Karta *Ręczny (Manual)* w zakładce *Korekcja obiektywu (Lens Corrections)*. Po lewej Photoshop CS6, po prawej Photoshop CC i CC 2014

Przejdźmy do sekcji *Pion (Upright)* (dostępnej od Photoshopa CC), która jest przyjaźniejszą wersją suwaków w sekcji poniżej — *Przekształć (Transform)*. *Pion (Upright)* pozwala wyprostować na zdjęciu ściany pionowe i poziome lub oba te typy. Kliknięcie w ikonę A powoduje automatyczną korekcję. Kliknięcie w trzecią ikonę powoduje wyprostowanie poziomych krawędzi, kliknięcie w czwartą ikonę — wyprostowanie pionowych krawędzi, a ostatnia ikona prostuje zarówno pionowe, jak i poziome krawędzie. To narzędzie czasami wystarcza. Jeśli nie, trzeba przejść do sekcji *Przekształć (Transform)*.

Suwak *Zniekształcenie (Distortion)* pozwala korygować deformację beczkową. Jest to przydatne, gdy pracujemy z obiektami szerokokątnymi albo fisheye. *Pionowo (Vertical)* umożliwia skorygowanie nierównoległych pionowych ścian, tzw. perspektywy pionowej. Ten suwak jest bardzo przydatny w korekcji zdjęć architektury, a także przedmiotów wysokich lub takich, których zdjęcie wykonywano „pod górę”. W naszym przypadku możemy to wykorzystać do wyprostowania linii cięcia płyt na zdjęciu (rysunek 3.24) — użyłem tu jeszcze suwaka *Obróć (Rotate)*. *Poziomo (Horizontal)* pozwala skorygować nierównoległe krawędzie poziome, np. w sytuacji fotografowania obiektu nieco pod kątem do jego płaszczyzny.

Nie polecam korygowania obrotu, skali, proporcji obrazu i winięciowania za pomocą suwaków w tej zakładce. We wtyczce *Camera Raw* są inne narzędzia, które lepiej sobie z tym radzą.





**Rysunek 3.24.** Wyprostowana klawiatura i linie cięcia płyt w zakładce Korekcja obiektywu/Ręczny (Lens Corrections/Manual)

### 3.4.2. Kadrowanie i prostowanie [wideo]

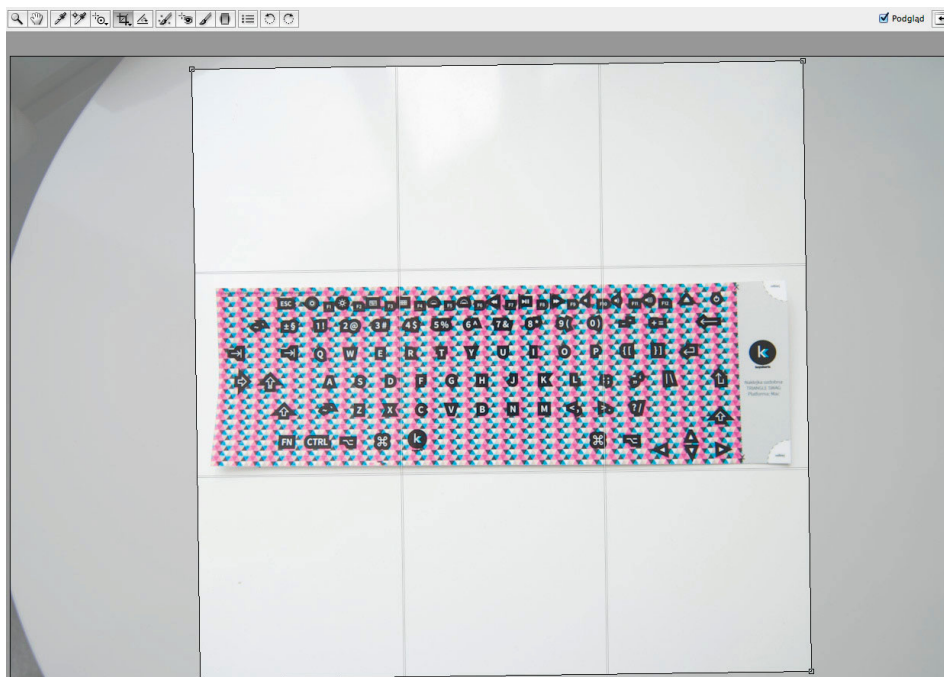
Kadrowanie pozwala uciąć nieciekawe lub puste fragmenty zdjęcia, a prostowanie umożliwia poprawienie ewentualnego braku poziomu na zdjęciu.

W przypadku naszego zdjęcia packshotowego *triangle.nef* celem kadrowania jest uzyskanie formatu kwadratowego z produktem w centrum z jego jednoczesnym wyprostowaniem. W przypadku zdjęcia w środowisku kadrowanie ma raczej na celu uzyskanie ciekawej, dynamicznej kompozycji.

1. Mając zaznaczone zdjęcie packshotowe, wybierz narzędzie *Prostowanie (Straighten)*  (skrót *A*). Poszukaj na fotografii krawędzi, która na idealnie wyprostowanym zdjęciu byłaby pionowa lub pozioma. W naszym przypadku jest to pozioma krawędź arkusza naklejki. Kliknij na początku krawędzi i przeciągnij linię do jej końca. Po zwolnieniu lewego przycisku myszy Camera Raw wyprostuje zdjęcie na bazie tej linii i przełączy Cię do narzędzia *Kadrowanie (Crop)*  (skrót *C*).
2. Przytrzymaj lewy przycisk myszy na ikonie narzędzia *Kadrowanie (Crop)* i na rozwijanej liście zaznacz pozycję *Pokaż nakładkę (Show Overlay)*. To spowoduje włączenie widoczności wewnętrznych podziałów (trójpodziału — powiem o nim później), co pomoże nam wycentrować produkt. Zaznacz także *1 do 1 (1:1)*, co spowoduje kadrowanie do kwadratu (a ściślej mówiąc, do proporcji boków 1:1).



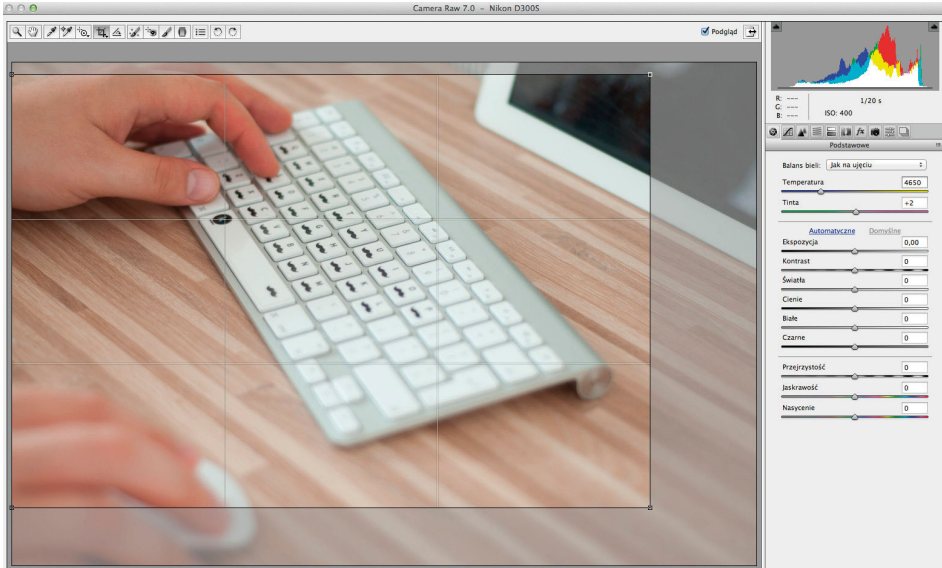
3. Klikając wewnątrz obszaru kadrowania, możesz przesuwać ten obszar, a ciągnąc za rogi — powiększać lub pomniejszać obszar kadrowany. Użyj tych technik do wycentrowania produktu w obszarze kadrowania (rysunek 3.25).



**Rysunek 3.25.** Stan dokumentu po wyprostowaniu, włączeniu nakładki i wybraniu proporcji kadrowania 1:1

4. Aby zaakceptować kadrowanie, zaznacz jakiekolwiek narzędzie [najlepiej *Rączka (Hand)*]. Nigdy nie wciskaj klawisza *Enter*, gdyż spowoduje to otwarcie zdjęcia w Photoshopie!
5. Teraz wybierz z Bridge'a zdjęcie w środowisku o nazwie *moustache.nef* i otwórz je w Camera Raw. Wybierz narzędzie *Kadrowanie (Crop)* i przytrzymaj lewy przycisk myszy, a na liście zaznacz *2 do 3 (2:3)*. Jest to standardowa proporcja współczesnych fotografii cyfrowych. Zaznacz też opcję *Pokaż nakładkę (Show Overlay)*. Wykadruj zdjęcie tak, by główny element produktu (logo na spacji) znajdował się w pobliżu któregoś przecięcia wewnętrznych linii. Te linie wyznaczają zasadę trójpodziału. Trójpodział w kompozycji mówi, że istotne elementy kompozycji powinny znajdować się w tzw. silnych punktach — punktach przecięcia linii (rysunek 3.26).
6. Ponownie wybierz narzędzie *Lupka (Zoom)* lub *Rączka (Hand)*, żeby zaakceptować kadrowanie.





**Rysunek 3.26.** Fotografia produktu w środowisku wykadrowana tak, by na przecięciu linii znajdowało się logo naklejki

### 3.4.2.1. Dodatkowe opcje



Jeśli chcesz ponownie wykadrować zdjęcie, po prostu wybierz narzędzie *Kadrowanie (Crop)*. Zauważ, że obszary wykadrowane wcześniej są znowu dostępne, można zatem przywrócić fragmenty wcześniej wykadrowane i niewidoczne.

Podczas pracy z narzędziem *Kadrowanie (Crop)* możesz także obracać obszar kadrowania, odsuwając mysz od narożnika, aż kursor zmieni się na podwójną strzałkę wygiętą pod kątem 90 stopni. Teraz kliknij i przeciągnij, aby obracać obszar kadrowania.

Możesz też wcisnąć i przytrzymać klawisz *Ctrl* (na macu *Cmd*), by tymczasowo uzyskać narzędzie *Prostowanie (Straighten)*. Jeżeli natomiast chcesz powiększać lub pomniejszać obszar kadrowania od centrum (zamiast górnego lewego narożnika), wciśnij i przytrzymaj klawisz *Alt* (na macu *Opt*).

Narzędzie *Kadrowanie (Crop)* zawiera kilka gotowych proporcji kadru. Jeśli jednak potrzebujesz proporcji niestandardowej, w podręcznym menu narzędzia wybierz polecenie *Ustawienie własne (Custom)* i w oknie dialogowym wpisz proporcje.

Jeżeli nie chcesz mieć zdefiniowanych proporcji i chcesz dowolnie kadrować zdjęcie, z menu wybierz *Zwykły (Normal)*. Jeśli natomiast chcesz zlikwidować obszar kadrowania i wrócić do wartości początkowej, wybierz *Wyczyść obcięcie/kadrowanie (Set To Original Crop)*.

Jeżeli z jakiegoś powodu Twoje zdjęcie jest przewrócone na bok albo do góry nogami, wykorzystaj narzędzia *Obrót (Rotate)*   (skrót *L* dla obrotu w lewo, skrót *R* dla obrotu w prawo).

### 3.4.3. Balans bieli, czyli nastrój zdjęć [wideo]

Kolejnym krokiem w obróbce zdjęć jest ewentualna korekcja balansu bieli. Mianem balansu bieli określa się stopień kompensacji barwy światła na zdjęciu. Światło nigdy nie jest białe i zmienia się w zależności od źródła. Żarówki produkują ciepłe światło, świetlówki — chłodne.

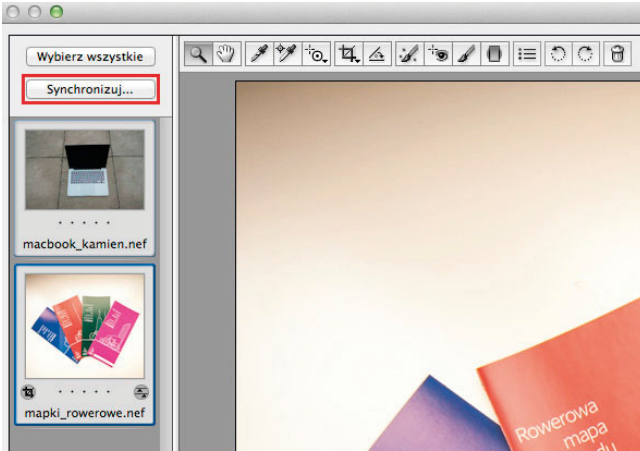
Fotografowanie w warunkach sztucznego oświetlenia (w e-commerce prawie zawsze) wymaga mniejszej lub większej korekcji barwy światła. Nieskorygowany kolor objawia się na zdjęciach tym, że obiekty zamiast mieć własne kolory powierzchni, są „skażone” kolorem światła, a obiekty, które powinny być białe, są żółtawe bądź niebieskawe (rysunek 3.27). Dlatego też na nieskorygowanym zdjęciu plakaty będą miały inne kolory niż w rzeczywistości, co jest przecież niedopuszczalne.





**Rysunek 3.27.** Jedno ujęcie z różnymi ustawieniami balansu bieli [suwak Temperatura (Temperature)]; od lewej: 8500, 5500 (prawidłowy balans dla tego zdjęcia) i 3500

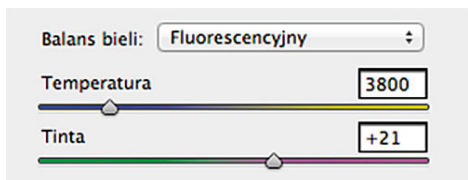
Najlepszą metodą korekcji balansu bieli jest sfotografowanie jasnoszarej kartki papieru w takich samych warunkach oświetleniowych, w jakich potem będą fotografowane produkty. Następnie możemy użyć narzędzia *Balans bieli (White Balance)*, kliknąć i przeciągnąć, tworząc obszar zaznaczenia na kartce. Zdjęcie zostanie automatycznie skorygowane. Potem można zaznaczyć wszystkie zdjęcia z tej samej sesji i kliknąć w przycisk *Synchronizuj (Synchronize)*. Po kliknięciu *OK* w oknie dialogowym wszystkim zdjęciom zostanie nadana ta sama korekta balansu bieli (rysunek 3.28).

Wróćmy jednak do naszych zdjęć. Wykonamy korekcję balansu bieli, korzystając z trzech metod: gotowych ustawień, narzędzia *Balans bieli (White Balance)* i suwaków w sekcji *Balans bieli (White Balance)*.



**Rysunek 3.28.** Synchronizacja ustawień obróbki (w tym i balansu bieli) w przypadku otwarcia wielu plików do wtyczki Camera Raw

1. Otwórz pliki *moustache.nef* i *moustache\_solo.nef* w Camera Raw. Zaznacz zdjęcie packshotowe. To zdjęcie zostało wykonane przy świetle mieszanym, dziennie-żarówkowym. Przejdźmy teraz do zakładki *Podstawowe (Basic)* , do sekcji *Balans bieli (White Balance)*. Na liście rozwijanej zmień pozycję z *Jak na ujęciu (As Shot)* na *Fluorescencyjny (Fluorescent)* lub inną, jeśli według Ciebie pasuje bardziej. Jeżeli masz wątpliwości i nie umiesz wybrać, zaznacz *Automatyczny (Automatic)*. Czy na zdjęciu mamy w tej chwili poprawne kolory produktu? Jeśli tak, możemy na tym skończyć. Jeżeli nie, przejdź do kolejnego kroku.
2. Zaznacz narzędzie *Balans bieli (White Balance)*  (skrót *I*). Znajdź na zdjęciu obszar, który nie jest całkowicie biały, ale lekko szary, który na dobrze skorygowanym zdjęciu powinien być idealnie szary (pozbawiony zafarbu). Kliknij lub przeciągnij, tworząc obszar zaznaczenia. Staraj się nie klikać w jednym miejscu, ponieważ akurat ten piksel może mieć kolor odbiegający od średniej. Zaznaczanie obszaru powoduje wyciągnięcie średniej ze znajdujących się wewnątrz pikseli. Zwolnij lewy przycisk myszy. Zdjęcie automatycznie zostaje skorygowane. Jeśli efekt nadal nie jest satysfakcjonujący, przejdź do kolejnego kroku.
3. Przejdź do sekcji *Balans bieli (White Balance)* w zakładce *Podstawowe (Basic)* — rysunek 3.29. Są tu dwa suwaki: *Temperatura (Temperature)*, który odpowiada za ocieplanie bądź ochładzanie zdjęcia, oraz *Tinta (Tint)*, którym można korygować nadmierną ilość fioletu albo zieleni na zdjęciu. Modyfikując delikatnie położenie uchwytów obu suwaków, doprowadź do sytuacji, kiedy kolory produktu są prawidłowe, a obszary, które powinny być pozbawione kolorów, takie właśnie są. Osobiście ustawiłem dla tego zdjęcia wartości: 4550 dla temperatury i +8 dla tinty.



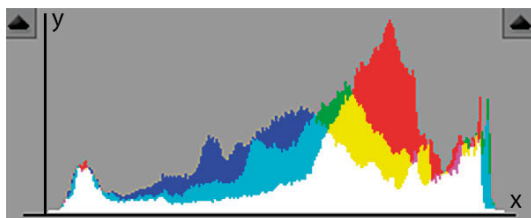
**Rysunek 3.29.** Sekcja Balans bieli (White Balance) we wtyczce Camera Raw

4. Wykonaj analogiczną korektę balansu bieli na zdjęciu w środowisku. Pamiętaj, żeby finalnie oceniać zdjęcie, nie suwaki czy inne elementy wtyczki Camera Raw. Zawsze możesz dopasować balans ręcznie, używając suwaków *Temperatura* (*Temperature*) i *Tinta* (*Tint*).

### 3.4.4. Korekcja jasności i kontrastu [wideo]

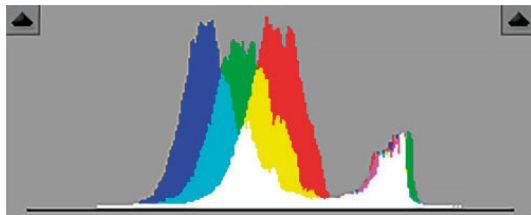
Jeśli chodzi o korekcję ekspozycji i kontrastu, warto nauczyć się odczytywać histogram (rysunek 3.30). Pokazuje on rozkład jasności pikseli względem ich liczby. Na osi X mamy jasność pikseli, od czerni po lewej stronie do bieli po prawej. Na osi Y mamy liczbę pikseli o danej jasności.

Dla Twoich potrzeb nauczę Cię rozpoznawać pewne kształty histogramu, które oznaczają konkretne problemy z tonalnością na zdjęciu:



**Rysunek 3.30.** Schemat histogramu

**Góra** — to histogram, który na krańcach ma mało pikseli, a ich większość zgromadzona jest w centralnej „górze” lub kilku górach (rysunek 3.31). Oznacza to, że na zdjęciu mamy mnóstwo pikseli o średniej jasności oraz bardzo mało pikseli jaskrawych i ciemnych. Objawia się to wyblaknięciem kolorów i brakiem kontrastu, fotografia jest „płaska” i nudna. Na takim zdjęciu należy zwiększyć kontrast.



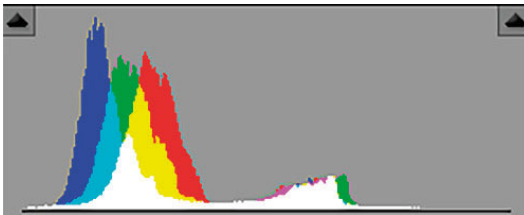
**Rysunek 3.31.** Histogram typu „góra”

**Dolina** — to odwrotność góry. Na zdjęciu z takim histogramem mamy bardzo mało pikseli o tonach średnich, za to mnóstwo bardzo ciemnych i bardzo jasnych (rysunek 3.32). Objawia się to przekontrastowaniem i często utratą szczegółów w skrajnych partiach tonalności. Rozwiązaniem dla takiego zdjęcia będzie zmniejszenie kontrastu i (lub) wykorzystanie suwaków do kontroli świateł i cieni.



Rysunek 3.32. Histogram typu „dolina”

**Z góry** — to histogram, który ma mnóstwo pikseli ciemnych, a mało tych jasnych (rysunek 3.33). Zdjęcie jest po prostu za ciemne (lub też fotografowany obiekt jest ciemny z natury). Należy więc zwiększyć wartość ekspozycji i prawdopodobnie zwiększyć kontrast.



Rysunek 3.33. Histogram typu „z góry”

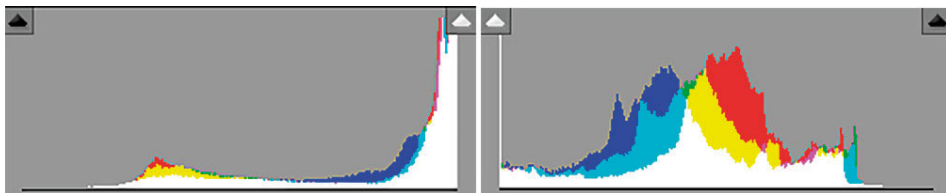
**Pod górkę** — sytuacja odwrotna do tej „z góry” (rysunek 3.34). Zdjęcie jest zbyt jasne (albo obiekt fotografowany jest z natury jasny), należy zatem zmniejszyć wartość ekspozycji i prawdopodobnie zwiększyć kontrast.



Rysunek 3.34. Histogram typu „pod górkę”

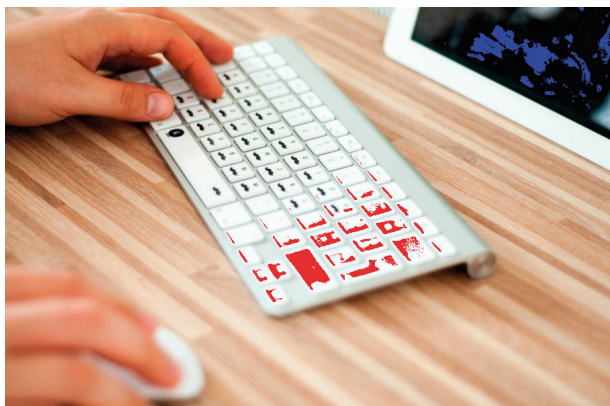
**Wysoki** — to przypadek, kiedy na krańcach histogramu mamy potężne piki pikseli lub kiedy „góry” kończą się gwałtownie na granicy histogramu (rysunek 3.35). To sygnał, że na zdjęciu mamy do czynienia z *obcinaniem pikseli (Clipping)*. Pojawia się ono wtedy, gdy prześwietlamy zdjęcie bądź niedoświetlamy go tak bardzo, że wielkie połacie sąsiadujących pikseli przyjmują kolor czarny lub biały.

Rezultatem są jednolite placki całkowicie pozbawione szczegółów. W obróbce fotografii chcemy za wszelką cenę uniknąć obcinania pikseli. Aby je wyeliminować, należy użyć suwaka *Ekspozycja (Exposure)* i prawdopodobnie *Białe (Whites)*/*Czarne (Blacks)*.



**Rysunek 3.35.** Histogramy z obcinaniem pikseli. Po lewej zdjęcie prześwietlone z obcinaniem do bieli, po prawej zdjęcie o prawidłowej jasności z obcinaniem do czerni

Wtyczka Camera Raw ma przydatne narzędzie do wykrywania obcinania pikseli. W prawym górnym rogu histogramu kliknij na trójkąt. Jeśli na Twoim zdjęciu są jakieś prześwietlone piksele (obcinanie do bieli), to wyświetlą się one na czerwono. Teraz kliknij na trójkąt w lewym górnym rogu histogramu. Jeżeli masz jakieś niedoświetlone piksele (obcinanie do czerni), zapalą się one w kolorze jaskrawoniebieskim (rysunek 3.36). Idealną sytuacją jest brak czerwonych i niebieskich pikseli przy obu trójkątach włączonych.

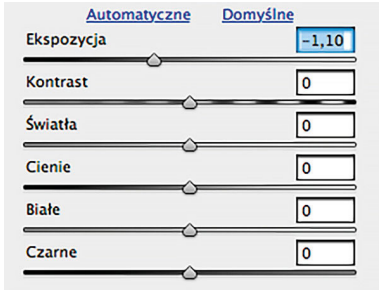


**Rysunek 3.36.** Fotografia z włączonym wyświetlaniem obcinania pikseli: w czerwieniach (obcinanie do bieli) i niebieskościach (obcinanie do czerni)

Warto pamiętać, że histogram to tylko narzędzie pomocnicze i nie można ślepo korygować zdjęć, patrząc wyłącznie na niego. Jeśli histogram wygląda paskudnie, ale zdjęcie jest piękne, należy je tak zostawić. Sytuacja odwrotna też jest możliwa — sam widziałem wiele nudnych i nieciekawych zdjęć o idealnych histogramach. Zwykle były to moje zdjęcia. :)

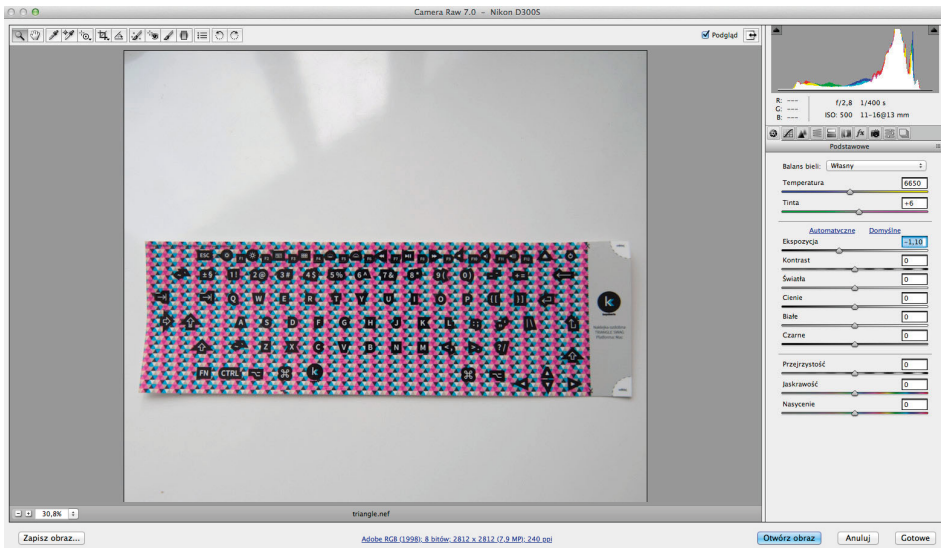


We wtyczce Camera Raw ogólną jasność zdjęcia koryguje się suwakiem *Ekspozycja* (*Exposure*). Przesuwając uchwyt suwaka w lewo, przyciemniamy zdjęcie, a przesuwając go w prawo, rozjaśniamy je (rysunek 3.37).



**Rysunek 3.37.** Suwaki korygujące tonalność zdjęcia w zakładce Podstawowe (Basic)

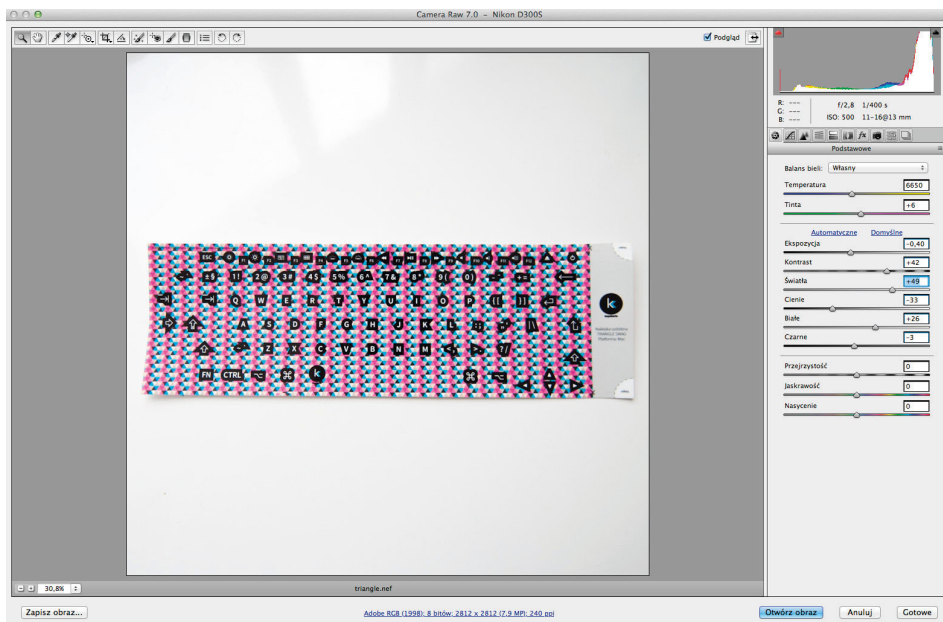
1. Otwórz w Camera Raw zdjęcie packshotowe *triangle.nef*. Wykonaj jego przycięcie i wyprostowanie zgodnie z tym, co opisałem w sekcji 3.4.2, oraz dostosuj balans białej. Teraz zrób korektę ekspozycji, poruszając suwakiem *Ekspozycja* (*Exposure*). Zauważ, jak zmienia się histogram podczas poruszania uchwytem. Jeśli chcesz, możesz także przesuwając uchwyt klawiszami strzałka do góry i strzałka na dół (dotyczy to wszystkich suwaków w Camera Raw). Ustaw suwak *Ekspozycja* (*Exposure*) w takiej pozycji, by zdjęcie było odpowiednio jasne, a histogram mniej więcej wyśrodkowany. W przypadku tego zdjęcia musimy je przyciemnić. Ja zjechałem z suwakiem do wartości  $-1,10$  (rysunek 3.38).



**Rysunek 3.38.** Zdjęcie packshotowe po korekcie ekspozycji



2. Wykonaj korektę kontrastu. Zdjęcie packshotowe powinno być bardziej wyraziste, więc przesun uchwyty suwaka *Kontrast* (*Contrast*) w prawo.
3. Spójrz na histogram. Od strony bieli mamy lukę, czyli najjaśniejsze piksele nie są białe, ale szare. Wykorzystaj suwak *Białe* (*Whites*) i przesun jego uchwyty nieco w prawo. To dociągnie najjaśniejsze piksele do końca histogramu.
4. Przesun uchwyty suwaka *Światła* (*Highlights*) w prawo, by trochę rozjaśnić tło. Ten suwak służy do kontroli jasności jasnych partii zdjęcia.
5. Przesun uchwyty suwaka *Cienie* (*Shadows*) w lewo, aby nieco przyciemnić fakturę naklejki i wydobyć z niej więcej szczegółów. Ten suwak służy do kontroli jasności ciemnych partii zdjęcia.
6. Wykorzystując suwak *Czarne* (*Blacks*), dociągnij lewą stronę histogramu do jego granicy. Obecnie najciemniejsze piksele nie są czarne (rysunek 3.39).




Rysunek 3.39. Zdjęcie packshotowe po korekcy tonalnej

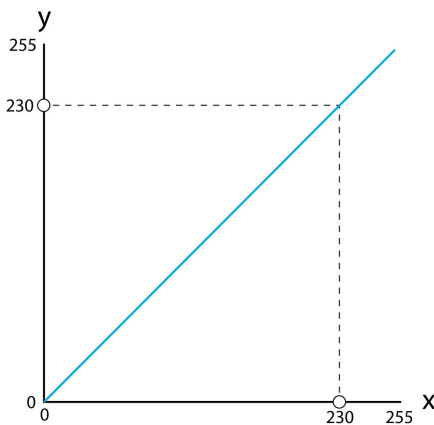
7. Przejdź teraz do zdjęcia w środowisku — *moustache.nef*. W tym przypadku nie korygowałem ekspozycji, ale zwiększałem kontrast oraz wartości suwaków *Czarne* (*Blacks*) i *Białe* (*Whites*) — zmodyfikowałem je tak, by dosunąć histogram do obu końców.

8. Zrobiłem także korektę cieni i świateł suwakami *Cienie (Shadows)* (nieco przyciemniłem) oraz *Światła (Highlights)* (rozjaśniłem), żeby jeszcze bardziej skontrastować obraz i nadać mu odpowiedni wyraz (rysunek 3.40). Pamiętaj, że moja praca z suwakami i to, jakie zdjęcie finalnie tworzę, nie jest jakąś stałą zasadą, której trzeba się sztywno trzymać. Obróbka zdjęć to sztuka i każdy po pewnym czasie kreuje swój styl. Każdemu podoba się co innego. Poeksperymentuj z tym zdjęciem, pobaw się suwakami, zobacz, jak wygląda zdjęcie przy ekstremalnych ustawieniach. Taka zabawa wiele Cię nauczy.



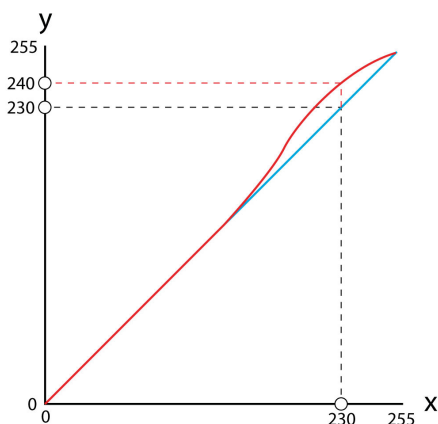
**Rysunek 3.40.** Zdjęcie w środowisku przed obróbką tonalną i balansem bieli (po lewej) oraz po nich (po prawej)

We wtyczce Camera Raw istnieje jeszcze jedno narzędzie do kontroli tonalności zdjęcia — znajduje się ono w zakładce *Krzywa tonalna (Tone Curve)* . To narzędzie ma dwie karty: *Parametrycznie (Parametric)* i *Punktowo (Point)*, ale my zajmiemy się tą pierwszą. Krzywa tonalna pokazuje stosunek jasności pikseli wejściowych (przed obróbką) i wyjściowych (po obróbce) — rysunek 3.41. Jeśli krzywa jest prosta, tak jak teraz, to nie mamy żadnych zmian, ponieważ piksele na wejściu i wyjściu wskazują na taką samą tonalność.



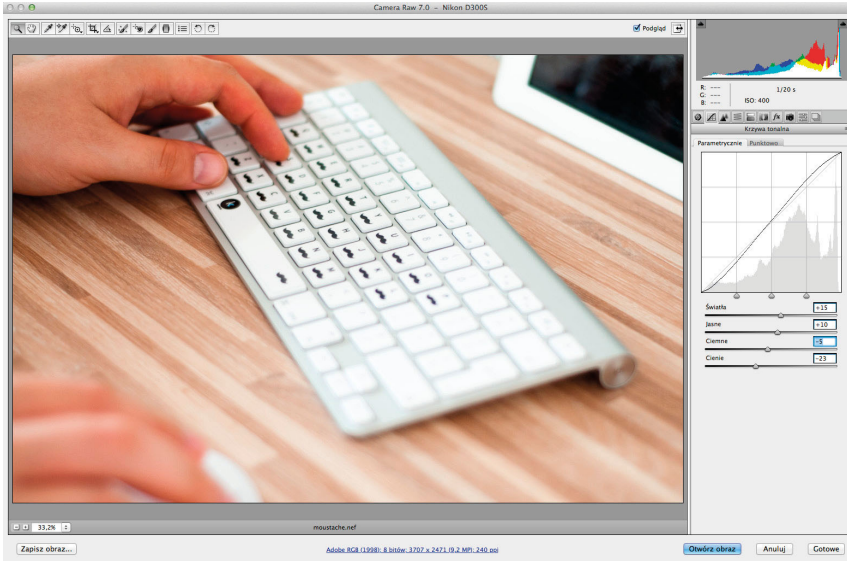
**Rysunek 3.41.** Krzywa tonalna w początkowej postaci. Oś x — pierwotna jasność pikseli od 0 (czerni) do 255 (bieli). Oś y — wyjściowa jasność pikseli. Ponieważ krzywa jest linią prostą, wartości wejściowej 230 odpowiada wartość wyjściowa 230, czyli nic się nie zmienia

9. Przesuń suwak *Światła (Highlights)* — widoczny pod krzywą — na wartość +25. Prawy górny koniec linii wygiął się ku górze. Na zdjęciu daje to efekt w postaci rozjaśnienia najjaśniejszych partii. Dlaczego? Ponieważ teraz krzywa mówi nam: jeśli na wejściu był piksel o jasności 230, to na wyjściu ten piksel będzie miał jasność 240. Im większa wartość, tym jaśniej, gdyż 0 to czerń, a 255 to biel.
10. Zmodyfikuj suwaki krzywej tak, aby krzywa wyglądała jak na rysunku 3.42. Jasne partie rozjaśniamy, bo chciałem uzyskać słoneczny klimat, a ciemne piksele przyciemniamy w celu utworzenia głębokich cieni pod przedmiotami (rysunek 3.43). Widzisz zatem, że dzięki krzywej tonalnej możemy kontrolować jasność czterech zakresów tonalnych: *Światła (Highlights)*, *Jasne (Lights)*, *Ciemne (Darks)* i *Cienie (Shadows)*. Odpowiednikami tych zakresów w zakładce *Podstawowe (Basic)* są: *Białe (Whites)*, *Światła (Highlights)*, *Cienie (Shadows)* i *Czarne (Blacks)*, choć nie działają one identycznie.



**Rysunek 3.42.** Krzywa tonalna po zmianie. Teraz wartości wejściowej 230 odpowiada wartość wyjściowa 240, czyli piksele o tych jasnościach zostały rozjaśnione

Krzywą punktową, czyli tę w drugiej karcie, omówię dokładnie w kolejnym rozdziale.



**Rysunek 3.43.** Zdjęcie w środowisku po zastosowaniu krzywej tonalnej

### 3.4.5. Korekcja barwna [wideo]

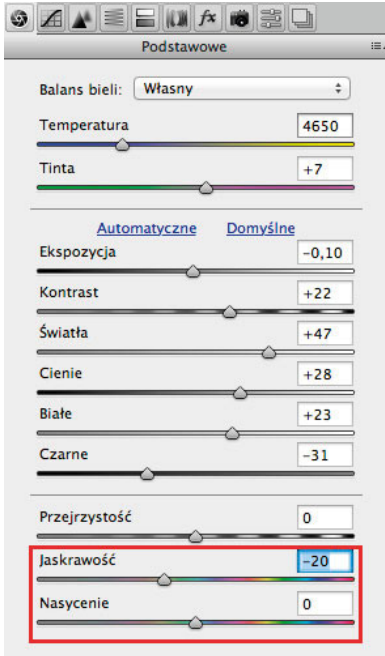
Korekcja barwna zdjęć jest zwykle delikatniejsza niż korekcja jasności, ponieważ kolory wyglądają zazwyczaj niemal tak, jak powinny, ewentualnie wymagają drobnej zmiany.

W tej sekcji opiszę nasycanie kolorów (czyli sprawianie, żeby były bardziej jaskrawe i intensywne) oraz zakładkę *HSL/Skala szarości (HSL/Grayscale)*, w której możemy korygować poszczególne kolory niezależnie od innych.

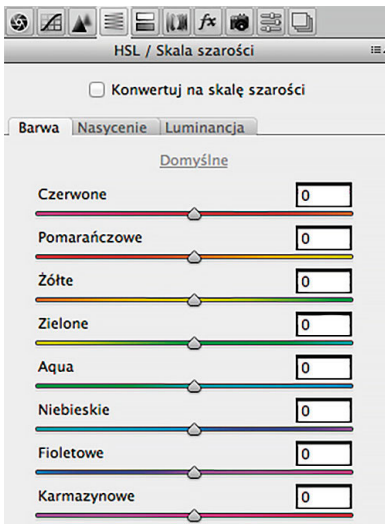
Nasycanie kolorów potrzebne jest zwykle tam, gdzie zdjęcie jest blade lub oświetlenie było niewystarczające (rysunek 3.44). To daje efekt zgaszonych kolorów, które — szczególnie w przypadku fotografii produktowej — powinniśmy ożywić (choć czasami takie zgaszone barwy mogą być celowym zabiegiem).



**Rysunek 3.44.** Fotografia z kolorami nienasyconymi (po lewej) i nasyconymi (po prawej)



**Rysunek 3.45.** Umieszczenie suwaków Jaskrawość (Vibrance) i Nasylenie (Saturation) w zakładce Podstawowe (Basic)





**Rysunek 3.46.** Karta Barwa w zakładce HSL/Skala szarości (HSL/Grayscale)

Do nasycania barw służy suwak *Jaskrawość* (*Vibrance*) — rysunek 3.45. Przesuwanie uchwyty w prawo nasycza barwy, przesunięcie w lewo sprawia, że szarzeją. Przesunięcie uchwyty maksymalnie w lewo tworzy obraz czarno-biały.

Poniżej suwaka *Jaskrawość* (*Vibrance*) znajduje się *Nasylenie* (*Saturation*), ale nie polecam go używać, ponieważ tworzy zbyt mocny efekt, niemal graficzny (choć być może właśnie to chcesz osiągnąć, wtedy będzie to przydatne narzędzie). Nie polecam zmian za pomocą *Nasylenia* (*Saturation*), gdyż *Jaskrawość* (*Vibrance*) lepiej radzi sobie z nasycaniem barw już nasyconych, tzn. nasycza tylko te, które tego potrzebują. *Nasylenie* (*Saturation*) nasycza wszystkie barwy, przez co łatwo jest przesadzić.

Dla zdjęcia *moustache.nef* wybrałem ustawienie *Jaskrawość* (*Vibrance*) na  $-30$ . Uznałem, że zdjęcie jest lepsze ze zmniejszonym nasyceniem kolorów.

Jeśli potrzebujemy dokładniejszej kontroli nad barwami na zdjęciu, z pomocą przychodzi nam zakładka *HSL/Skala szarości* (*HSL/Grayscale*). Kliknij jej ikonę  (w Photoshopie CC i późniejszych jest to ). Mamy tutaj osiem suwaków (rysunek 3.46), odpowiadających ośmiu zakresom kolorów: *Czerwone* (*Reds*), *Pomarańczowe* (*Oranges*), *Żółte* (*Yellows*), *Zielone* (*Greens*), *Aqua* (*Aquas*), *Niebieskie* (*Blues*), *Fioletowe* (*Purples*) i *Karmazynowe* (*Magentas*). Suwaki te znajdują się w karcie *Barwa* (*Hue*). Pozwala ona modyfikować sam kolor, czyli np. zamieniać wszystkie czerwienie na kolor pomarańczowy czy błękitny na zielenie. Drugą kartą jest *Nasylenie* (*Saturation*), gdzie możemy nasycać konkretne kolory lub sprawiać, że będą bardziej szare. Ostatnią kartą jest *Luminancja* (*Luminance*) — tu korygujemy jasność poszczególnych kolorów. W sumie mamy do dyspozycji 24 suwaki kontrolujące barwę, nasycenie i jasność każdej z ośmiu grup kolorów.



Jeżeli chcemy przywrócić wartości domyślne suwaków, wystarczy kliknąć w link *Domyślne (Default)*. Link ten pojawi się, kiedy zmienisz coś w suwakach tej zakładki.


Jeśli chcesz stworzyć zdjęcie czarno-białe, zaznacz opcję *Konwertuj na skalę szarości (Convert to Grayscale)*. Teraz suwaki kolorów będą określać, jak jasne mają być obszary o danym kolorze na zdjęciu czarno-białym. To najlepszy i dający największą kontrolę proces tworzenia czarno-białego zdjęcia w Photoshopie.

W przypadku naszego zdjęcia *moustache.nef* usunąłem nieco czerwieni z rąk [suwak *Czerwone (Reds)* trochę w prawo, suwak *Czerwone (Reds)* w karcie *Nasylenie (Saturation)* trochę w lewo] oraz przyciemniłem drewno, by wydobyć bardziej klawiaturę z naklejkami (rysunek 3.47).




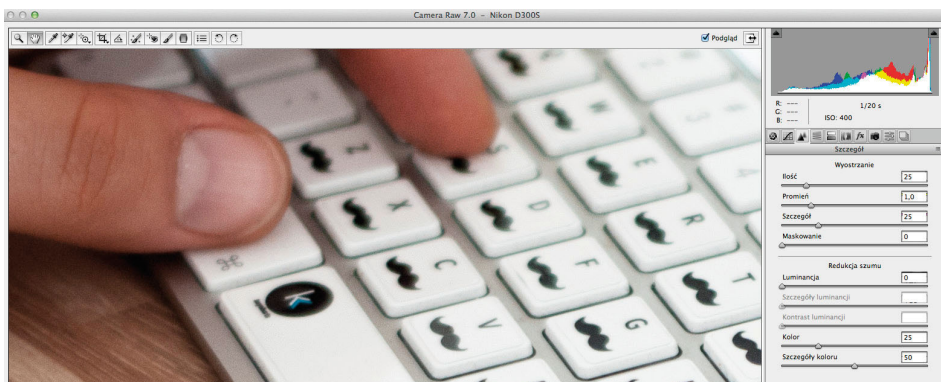
**Rysunek 3.47.** Zdjęcie produktowe przed zastosowaniem poprawek w zakładce HSL/Skala szarości (HSL/Grayscale) (po lewej) i po ich zastosowaniu (po prawej)

### 3.4.6. Wyostrenie i redukcja szumu [wideo]

Zdjęcia produktowe muszą być ostre, a produkty wyraźnie widoczne. Fotografom można w tym pomóc poprzez wykorzystanie wyostrenia. Przejdź do zakładki *Szczegół (Detail)* . Pierwsza jej sekcja nosi nazwę *Wyostrenie (Sharpening)*.

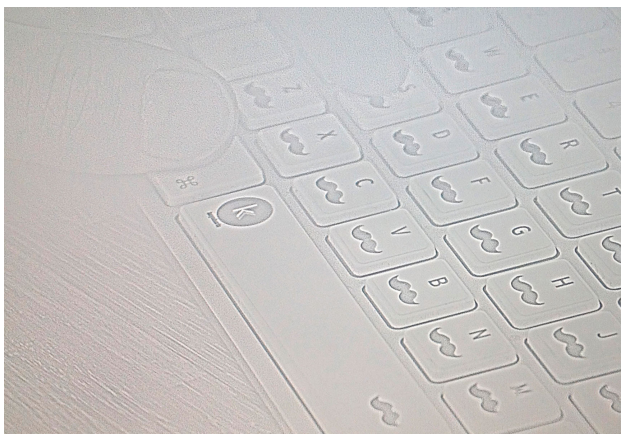
Photoshop i wtyczka Camera Raw oczywiście nie wyostrają zdjęć fizycznie — to jest niemożliwe. Zamiast tego stosują sztuczkę, która oszukuje ludzkie oko. Aby wyostrić zdjęcie, zwiększają one kontrast pomiędzy krawędziami, dzięki czemu z daleka zdjęcie wygląda na ostrzejsze, niż jest w rzeczywistości. Ważna uwaga — jeśli masz lekko poruszone zdjęcie, nie wyostraj go w Camera Raw, to nic nie da. Zamiast tego po zakończonej obróbce otwórz zdjęcie w Photoshopie i wykorzystaj narzędzie *Redukcja potrząsnięć (Shake Reduction)*, dostępne w Photoshopie CC i nowszych.

1. Pracując nadal ze zdjęciem w środowisku *moustache.nef*, powiększ jego widok na 100% (rysunek 3.48). Wybierz narzędzie *Lupka (Zoom)*  (skrót *Z*) i klikaj na zdjęciu, aż w dolnym lewym rogu pokaże się wartość 100%. Możesz ją też od razu wpisać w tym miejscu.



**Rysunek 3.48.** Zdjęcie powiększone do widoku 100% z wybraną zakładką Szczegół (Details)

2. Przesuń zdjęcie do miejsca, które ma być najostrzejsze na zdjęciu (powinien to być fotografowany produkt do sprzedaży, w naszym przypadku logo na klawiaturze).
3. Ustaw suwak *Ilość (Amount)* na maksymalną wartość. Widzisz teraz, o ile zdjęcie jest ostrzejsze, ale też dostrzegalna jest pewna faktura, coś w rodzaju szumu.
4. Teraz wciśnij klawisz *Alt* (na macu *Opt*) i poruszaj uchwytem suwaka *Promień (Radius)*. Kontroluje on, jak grube będą krawędzie, przy których będzie zwiększany kontrast. Mając wciśnięty *Alt*, widzisz dokładnie, jak tworzone są krawędzie i jak modyfikowana jest ich grubość (rysunek 3.49).



**Rysunek 3.49.** Widoczne krawędzie do wyostrzenia przy wciśnięciu *Alt/Opt* podczas modyfikowania suwaka *Promień (Radius)*



5. Teraz znów wciśnij *Alt* i modyfikuj suwak *Szczegół (Detail)*. Umożliwia on rozszerzanie działania wyostrażania — mówiąc wprost, im suwak dalej w prawo, tym cieńsze i bledsze krawędzie są wyostrażane. Jest to przydatne np. do uwypuklenia faktury tkanin i innych wzorzystych powierzchni.
6. Przy wciśniętym klawiszu *Alt* chwyć za suwak *Maskowanie (Masking)*. Pozwala on wymaskować (usunąć z wyostrażania) obszary pozbawione krawędzi, a za to mające szum, który nie powinien być wyostrażany. Przesuwaj uchwyty tego suwaka w prawo do momentu, kiedy nie będziesz widział „kaszki”, a zostaną w większości same krawędzie. Biel określa obszary wyostrażane, czerń — wyłączone z wyostrażania (rysunek 3.50).

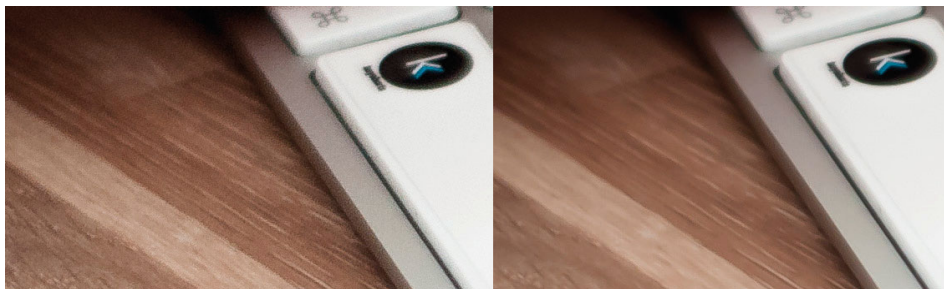


**Rysunek 3.50.** Maskowanie wyostrażania. Wewnątrz klawisza nie mamy żadnych objawów „kaszki”, zatem te obszary nie będą wyostrażane i nie będzie tam zwiększany szum

7. Dla tego zdjęcia ustawmy *Ilość (Amount)* na wartość 95, *Promień (Radius)* na 1,2, *Szczegół (Detail)* na 15 i *Maskowanie (Masking)* na 60. Ogólnie pracuj z suwakami wyostrażania tak, by maksymalnie wyostrzyć krawędzie przy jak najmniejszym wyostrażaniu szumu i jednolitych obszarów.

Szum (niepoprawnie określanym mianem ziarna) powstaje, gdy matryca aparatu zbyt szybko się nagrzewa (rysunek 3.51). Może to nastąpić w dwóch przypadkach: przy bardzo długim czasie naświetlania (raczej niespotykane w fotografii produktowej) oraz wysokiej czułości (ISO) matrycy. Jedną z metod na pozbycie się nadmiernego szumu jest po prostu dobre oświetlenie sceny, tak aby nie trzeba było uciekać się do zwiększania czułości matrycy podczas robienia zdjęć. Drugim (gorszym) sposobem jest redukcja szumu w Camera Raw. Pamiętaj, że redukcja szumu wiąże się z wygładzaniem zdjęcia (a więc i lekką utratą ostrości). Wyostrażanie i odszumianie należy więc wykonywać tak, by te efekty nie niwelowały się wzajemnie: wyostrażać tylko krawędzie i stosować umiarkowane odszumianie.

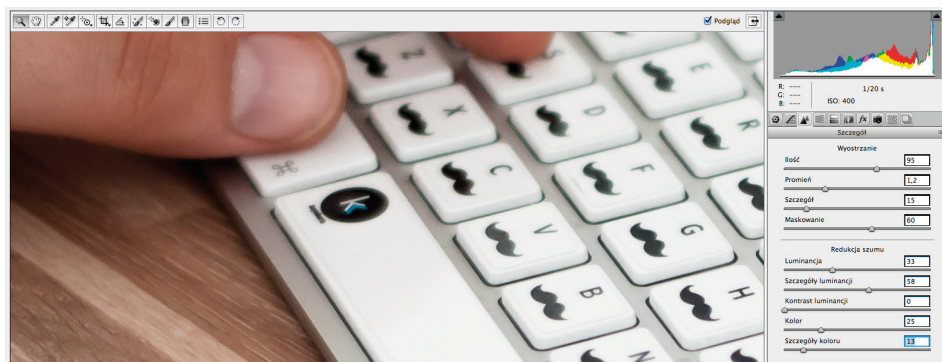
Camera Raw daje nam do dyspozycji możliwość usuwania dwóch rodzajów szumu: jasności (generujący wahania jasności pikseli) i koloru (generujący wahania barw pikseli). Oba narzędzia znajdują się w zakładce *Szczegół (Details)*.



**Rysunek 3.51.** Zdjęcie zaszumione (z lewej) i odszumione (z prawej)

Aby prawidłowo oceniać zmiany na zdjęciu, powiększ je do widoku 100%. Odszumianie jasności wykonujemy suwakiem *Luminancja (Luminance)*. Suwak *Szczegóły luminancji (Luminance Detail)* umożliwia zachowanie pewnych szczegółów, które przy wartości suwaka równej zero byłyby wygładzone. Suwak *Kontrast luminancji (Luminance Contrast)* jest przydatny dla mocno zaszumionych zdjęć. Pozwala na przywrócenie zdjęciom odszumianym kontrastu utraconego w tym procesie. Im większa wartość, tym więcej kontrastu przywracamy.

Odszumianie koloru przebiega analogicznie, z tym że teraz usuwamy szum chromatyczny (kolorowy). Suwak *Kolor (Color)* umożliwia redukcję szumu kolorowego, a *Szczegóły koloru (Color Detail)* pozwala przywrócić widoczność niektórych szczegółów. Wyższe wartości pomagają chronić cienkie krawędzie, ale należy tu uważać na powstawanie plam barwnych. Niższe wartości usuwają te plamy, lecz z kolei mogą powodować rozmycie granic pomiędzy kolorami (rysunek 3.52).



**Rysunek 3.52.** Zdjęcie w środowisku po odszumianiu. Zwróć uwagę na użyte wartości suwaków w sekcji Redukcja szumu (Noise Reduction)

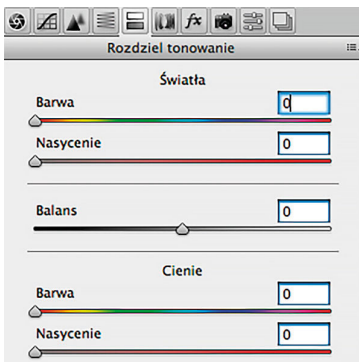
### 3.4.7. Podnoszenie atrakcyjności zdjęć

Każde zdjęcie produktowe powinno zachęcać do zakupu i informować dokładnie o wyglądzie oraz widocznych cechach produktu. Wiele produktów ma faktury powierzchni lub specjalnego rodzaju wykończenie. We wtyczce Camera Raw możemy uwypuklić wszelkie widniejące na produkcie tekstury, faktury i wzory—szczególnie ma to odniesienie do odzieży.

Jedną z najprostszych i najefektywniejszych technik podnoszenia atrakcyjności zdjęć jest *Przejrzystość (Clarity)*. Ten suwak znajduje się w zakładce *Podstawowe (Basic)*. Służy on do uwypuklania szczegółów i krawędzi, dlatego też jest świetnym narzędziem do podkreślania wzorów i tekstur produktu. Przesuwanie uchwytu suwaka w prawo zwiększa uszczegółowienie zdjęcia, przesuwanie w lewo zmniejsza je (rysunek 3.53). Jeśli masz fotografię, na której widać twarz lub skórę modelki czy modela, nie stosuj techniki *Przejrzystość (Clarity)* na całej powierzchni zdjęcia, gdyż postarza ona skórę, wydobywając jej wszelkie niedoskonałości. W takim przypadku wykorzystaj *Przejrzystość (Clarity)* z użyciem obróbki miejscowej (powiem o tym nieco później).



**Rysunek 3.53.** Zdjęcie bez uwypuklania szczegółów (po lewej) i po zastosowaniu suwaka *Przejrzystość (Clarity)* — po prawej). Zwróć uwagę na zwiększony kontrast po obróbce, który trzeba będzie potem przywrócić do wartości początkowej

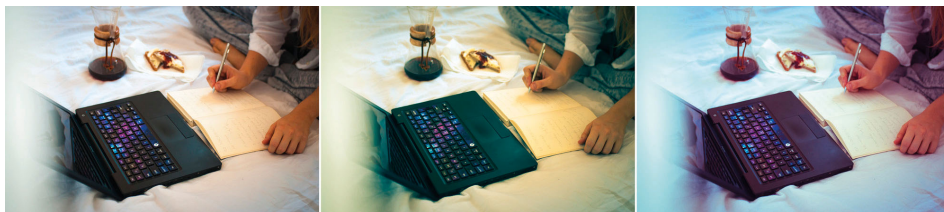


Kolejną metodą podnoszenia atrakcyjności jest zafarbianie zdjęcia dla wywołania odpowiedniej emocji albo wprowadzenia pożądanego „klimatu”. We wtyczce Camera Raw zazwyczaj robi się to poprzez zastosowanie zakładki *Rozdziel tonowanie (Split Toning)* — rysunek 3.54. Narzędzie to polega na zafarbianiu jasnych partii zdjęcia jednym kolorem, a ciemnych — drugim. Łatwo w ten sposób uzyskać efekty procesu crossowego, sepii czy cyjanotypii. Możliwości i kombinacji jest wiele.

**Rysunek 3.54.** Zakładka *Rozdziel tonowanie (Split Toning)*

1. Mając otwarty plik *moustache.nef*, przejdź do zakładki *Rozdziel tonowanie* (*Split Toning*). W sekcji *Światła* (*Highlights*) ustaw suwak *Barwa* (*Hue*) na ciepły żółcień. Oznacza to, że jasne partie zdjęcia będą zażółcone. Suwak *Nasylenie* (*Saturation*) kontroluje, jak duży będzie ten efekt. Im wyższa wartość, tym więcej żółcieni będzie na zdjęciu i tym bardziej będzie on jaśniejszy. Ustaw suwak na wartość 25.
2. Przejdź do sekcji *Cienie* (*Shadows*) i ustaw *Barwa* (*Hue*) na ciemnoniebieski. Przesuń suwak *Nasylenie* (*Saturation*) do wartości około 30.
3. Nasze tonowanie jest gotowe, ale prawdopodobnie któryś z dwóch wybranych kolorów będzie przeważać na zdjęciu. Balans pomiędzy nimi można kontrolować suwakiem *Balans* (*Balance*). Przy przesuwaniu go w lewo dominujący będzie kolor tonujący cienie, przy przesuwaniu w prawo — kolor tonujący jasności. Przesuńmy suwak na wartość -45.

Rozdzielania tonowania nie zalecam do zdjęć produktowych, które mają pokazać prawdziwe kolory produktu. Stosuj go do zdjęć ambientowych (produkt w otoczeniu), dodatkowych, w których produkt jest fragmentem kompozycji, a nie jego główną częścią (rysunek 3.55).



**Rysunek 3.55.** Przykłady wykorzystania rozdzielania tonowania; od lewej: oryginał, zdjęcie z tonowaniem żółto-niebieskim, zdjęcie z tonowaniem błękitno-fioletowym

Kolejnym efektem, który prawie zawsze działa na korzyść zdjęcia, jest winieta. Przyciemnia ona (najczęściej) brzegi zdjęcia, powodując większe skupienie widza na centrum kadru, i tworzy wrażenie większej głębi.

1. Przejdź do zakładki *Efekty* (*Effects*) **fx**, do sekcji *Winiętowanie po kadrowaniu* (*Post Crop Vignetting*).
2. Wybierz styl winiety. *Priorytet jasnych partii obrazu* (*Highlight Priority*) dodaje winietę, chroniąc jednocześnie kontrast jasnych partii zdjęcia, ale może prowadzić do zmian kolorów w przyciemnionych miejscach. Wybierz ten styl, jeśli Twój produkt jest jasny lub chcesz uwypuklić jasne partie zdjęcia. *Priorytet koloru* (*Color Priority*) dodaje winietę, zabezpieczając wartości kolorów, lecz może powodować utratę szczegółów w najjaśniejszych partiach zdjęcia. W końcu *Nakładka farby* (*Paint Overlay*) dodaje winietę na bazie czarno-białej wersji zdjęcia. To tworzy delikatny efekt, jednak może prowadzić do utraty detali w jasnych partiach zdjęcia. Wybierzmy właśnie ten styl.



3. Stwórz winietę, przesuając uchwyt suwaka *Ilość* (*Amount*) w lewo. Zatrzymaj się na wartości  $-30$ .
4. Dopasuj wielkość obszaru niedotkniętego przyciemnianiem. Zrób to suwakiem *Punkt środkowy* (*Midpoint*) — przesunięcie w lewo powiększa obszar winiety, przesunięcie w prawo pomniejsza go. Ustawmy tu wartość około 60 (rysunek 3.56).



**Rysunek 3.56.** Zmiana punktu środkowego winiety z wartości 0 (po lewej) na 90 (po prawej)

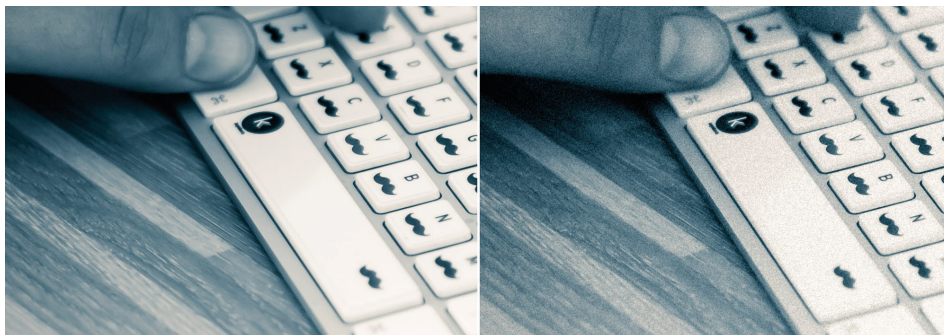
5. Krągłość winiety dopasujemy suwakiem *Krągłość* (*Roundness*) — przesuwanie uchwytu w lewo sprawi, że winieta coraz bardziej będzie przypominać kształt ramki zdjęcia. Przesuwanie w prawo będzie modyfikować ten kształt ku owalowi. Ustawmy tu wartość  $+60$ , bo chcemy owalną winietę.
6. Suwak *Piórko* (*Feather*) określa, jak mocno rozmyta jest krawędź winiety. Wartość 0 stworzy nam swego rodzaju ramkę z ostrą krawędzią, natomiast im dalej w prawo pójdziemy, tym bardziej rozmyta będzie krawędź. Zostawmy tu wartość domyślną: 50. Nasza winieta jest gotowa — porównanie zdjęcia przed zastosowaniem winiety i po nim pokazuje rysunek 3.57.



**Rysunek 3.57.** Zdjęcie bez winiety (po lewej) i po zastosowaniu winiety o podanych wyżej parametrach (po prawej)

Winiety nie polecam do zdjęć packshotowych, na których tło powinno być jednolodnie białe.

Ostatnim efektem, jaki możemy dodać z poziomu wtyczki Camera Raw, jest ziarno (rysunek 3.58). Symuluje ono prawdziwe ziarno błony światłoczułej, występujące w fotografii analogowej. Takie ziarno najlepiej wygląda prawie wyłącznie na zdjęciach czarno-białych, i to w szczególnych wypadkach, kiedy służy wzmocnieniu przekazu marki i produktu. Ten efekt dodano w Photoshopie CS6.



**Rysunek 3.58.** Zdjęcie bez cyfrowego ziarna (po lewej) i z ziarnem (po prawej). Cyfrowe ziarno wygląda inaczej niż cyfrowy szum — ziarno jest „grubsze” i okrągłe, a szum drobny i złożony z kwadratowych pikseli

1. Powiększ zdjęcie do widoku 100% — w ten sposób będziemy dokładnie widzieli wszystkie zmiany. Zamień fotografię na wersję czarno-białą, wchodząc do zakładki *HSL/Skala szarości (HSL/Grayscale)* i zaznaczając opcję *Konwertuj na skalę szarości (Convert to Grayscale)*.
2. Przejdź do sekcji *Ziarno (Grain)* w zakładce *Efekty (Effects)*. Suwakiem *Ilość (Amount)* kontrolujesz ilość dodawanego ziarna. Nie stosuj zbyt dużych wartości, ponieważ to zmniejsza ostrość zdjęcia.
3. Suwakiem *Rozmiar (Size)* możesz kontrolować wielkość ziaren. Nie wybieraj za dużych wartości, gdyż to zmniejsza ostrość zdjęcia.
4. *Nierówność (Roughness)* kontroluje rozmieszczenie ziaren. Małe wartości układają ziarna jednorodnie. Jeśli chcesz mieć bardziej chaotyczny układ, zwiększ wartość lub przesunij uchwyt suwaka w prawo.


Jest jeszcze jedna rzecz, która dotyczy poprawiania atrakcyjności zdjęć, a mianowicie usuwanie mory. We wtyczce Camera Raw możemy taki defekt zlikwidować, ale robi się to wewnątrz narzędzia do obróbki miejscowej, o którym powiem w kolejnej sekcji.

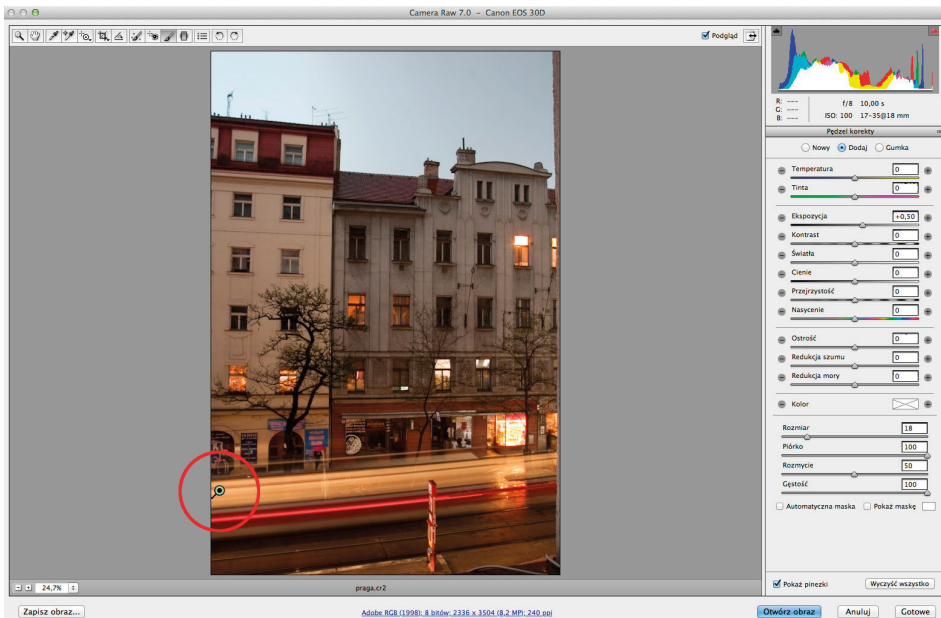
### 3.4.8. Miejscowe korekcje tonalno-barwne [wideo]

W wielu przypadkach ogólna obróbka tonalno-barwna nie jest wystarczająca albo nie rozwiązuje określonych problemów. Na pewnych zdjęciach chcemy zmodyfikować jasność bądź kolory tylko niektórych partii obrazu lub chcemy zastosować

przejdzie od obróbki do obszarów jej pozbawionej. We wtyczce Camera Raw możemy wykorzystać do tego narzędzia *Pędzel korekty* (*Adjustment Brush*), *Stopniowy filtr* (*Graduated Filter*) i *Filtr promieniowy* (*Radial Filter* — ten dostępny jest w Photoshopie od wersji CC).

*Pędzel korekty* (*Adjustment Brush* — skrót *K*) pozwala zamalowywać obszary, które chcemy zmienić; potem możemy nadać tym obszarom konkretną obróbkę.

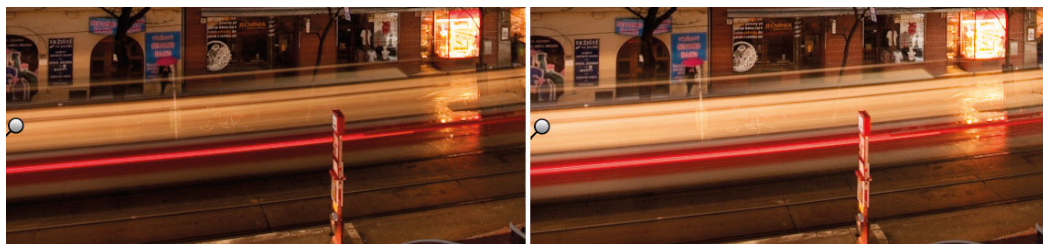
1. Wybierz w Bridge'u zdjęcie *praga.cr2* i otwórz je w Camera Raw.
2. Na tym zdjęciu chcemy rozjaśnić smugę rozmytego tramwaju. Wybierz narzędzie *Pędzel korekty* (*Adjustment Brush*)  — Twój kursor zmieni się w dwa okręgi. Wewnętrzny okrąg oznacza stuprocentowe malowanie obróbką, okrąg przerywany — 0% obróbki, natomiast obszar pomiędzy okręgami to przejście między pełną obróbką a jej brakiem. Aby zmienić rozmiar obu okręgów naraz, wciśnij klawisz *[* dla pomniejszania lub *]* dla powiększania. Żeby zmieniać wielkość tylko zewnętrznego okręgu, do podanych wyżej klawiszy dodaj *Shift*. Pomaluj pędzlem po smudze przejazdu tramwaju. Kiedy zwolnisz lewy przycisk myszy, dodany zostanie zielony lizak obróbki (rysunek 3.59), który będzie punktem odniesienia dla tej konkretnej korekcji. Gdy najedziesz na ten lizak, otrzymasz nakładkę po-kazującą przestrzeń zamalowaną tą obróbką.



**Rysunek 3.59.** Zdjęcie z dodaną obróbką miejscową. Informują nas o tym zielony lizak (w czerwonym kółku) oraz suwaki obróbki miejscowej (prawy panel)

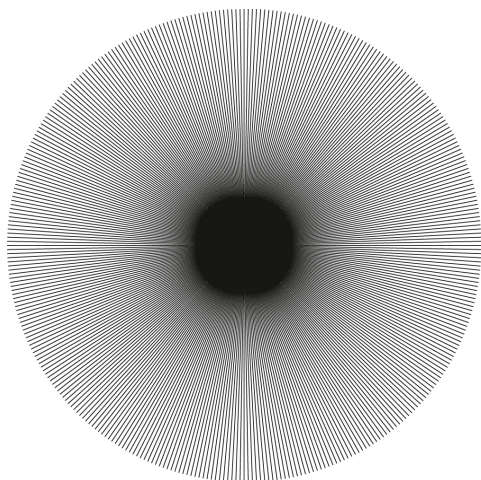


3. Teraz przejdź do zakładki pod histogramem. Mamy tu zestaw kilkunastu suwaków, w większości już Ci znanych. Obróbkę wykonuje się tak samo jak w poprzednich sekcjach. Polecam ograniczyć się do obróbki tonalnej i ewentualnie usuwania mory. Dla tego zdjęcia zwiększ wartość ekspozycji do +1,40 (rysunek 3.60).



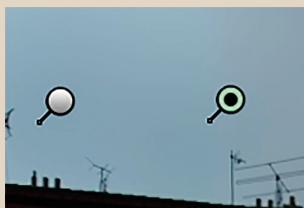
**Rysunek 3.60.** Zdjęcie z rozmytym tramwajem przed zastosowaniem pędzla korekty (z lewej) i po nim (z prawej)

Mora (*moire*) to rodzaj układu prążków powstały na skutek interferencji (nakładania się) dwóch siatek równoległych linii obróconych o pewien kąt lub poddanych deformacji (rysunek 3.61). Mora często występuje na zdjęciach odzieży, która ma prążkowany wzór. Ten wzór jest właśnie zakłócany przez morę, „produkującą” dodatkowe, w rzeczywistości nieistniejące, wzory. Taki defekt jest niedopuszczalny na fotografiach produktowych odzieży, gdyż zafałszowuje faktyczny wzór tkaniny. Morę można usunąć (albo przynajmniej zredukować) suwakiem *Redukcja mory (Moire Reduction)*.



**Rysunek 3.61.** Wyraźny przykład mory. Łukowate linie tak naprawdę na tej grafice nie istnieją, wszystkie linie są tu proste. Podobny efekt występuje na fotografii odzieży w gęste prążki


**WSKAZÓWKA:** Możesz dodać więcej niż jedną miejscową obróbkę. W panelu z suwakami zmień opcję *Dodaj* (*Add*) na *Nowy* (*New*). Teraz pomaluj pędzlem nowe miejsce i ustaw niezależną obróbkę dla tego obszaru. Możesz także usuwać partie obszaru zaznaczonego do miejscowej obróbki. Zmień opcję z *Dodaj/Nowy* (*Add/New*) na *Gumka* (*Erase*). Jeśli masz kilka różnych obróbek miejscowych, możesz się pomiędzy nimi przełączać, klikając na lizaki. Aktywny lizak będzie zielony, nieaktywny — szary (rysunek 3.62).



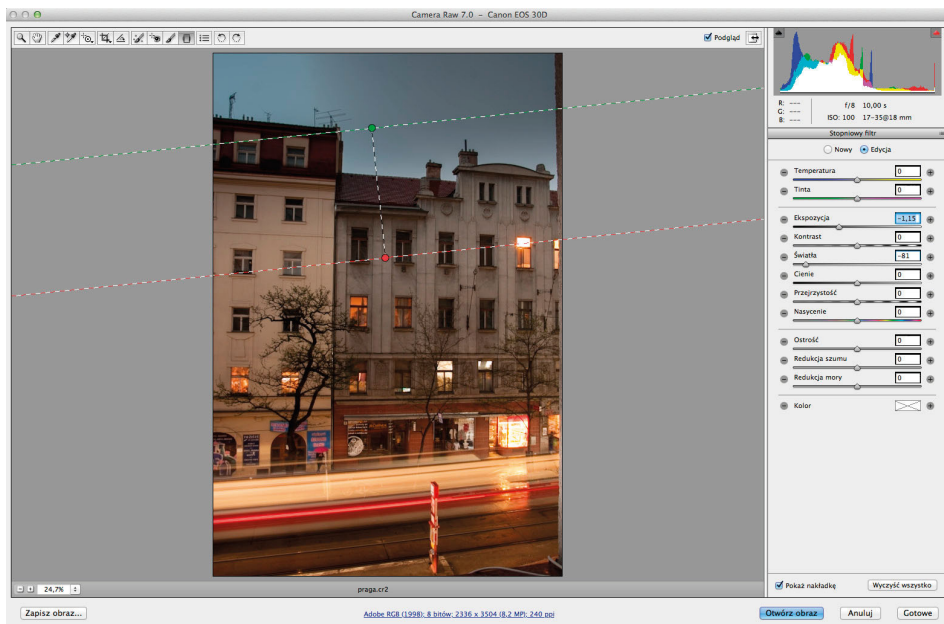
**Rysunek 3.62.** Nieaktywny lizak obróbki miejscowej (po lewej) i lizak aktywny (po prawej)

**WSKAZÓWKA:** Możesz wyczyścić wszystkie miejscowe obróbki, klikając na przycisk *Wyczyść wszystko* (*Clear All*) w dolnym prawym rogu panelu z suwakami. Możesz też usunąć tylko niektóre obróbki: kliknij na lizak i wciśnij klawisz *Delete* (na macu *Backspace*).

*Stopniowy filtr* (*Graduated Filter*) pozwala na dodanie gradientu, w którym na jednym końcu mamy brak obróbki, a następnie stopniowo przechodzimy do drugiego końca, gdzie obróbka jest stuprocentowa. Ten filtr wykorzystuje się najczęściej do selektywnej obróbki nieba w fotografiach krajobrazu, ale można go też zastosować do innych potrzeb.

Wybierz narzędzie *Stopniowy filtr* (*Graduated Filter*)  lub wykorzystaj klawisz *G*. Następnie kliknij w miejscu, gdzie obróbka ma być pełna (granica dachów i nieba), i przeciągnij do miejsca, gdzie ma być zerowa (górne piętra kamienic). Stworzyłeś właśnie gradient obróbki (rysunek 3.63). Klikając na czerwone i zielone kółko, możesz przesuwać gradient. Zielone kółko oznacza pełną obróbkę. Korekty wykonuje się tak samo jak przy narzędziu *Pędzel korekty* (*Adjustment brush*) — w panelu po prawej stronie. W naszym przypadku chcemy trochę przyciemnić niebo, więc zmniejsz wartość ekspozycji do wartości odpowiadającej mniej więcej sytuacji na ilustracji powyżej. Poza tym przesuń suwak *Światła* (*Lights*) w lewo, by pozbyć się jasnych obszarów z nieba.


**WSKAZÓWKA:** Możesz dodać więcej niż jeden gradient. W panelu z suwakami zmień opcję *Edycja* (*Edit*) na *Nowy* (*New*). Teraz stwórz nowy gradient i ustaw niezależną obróbkę dla tego obszaru.



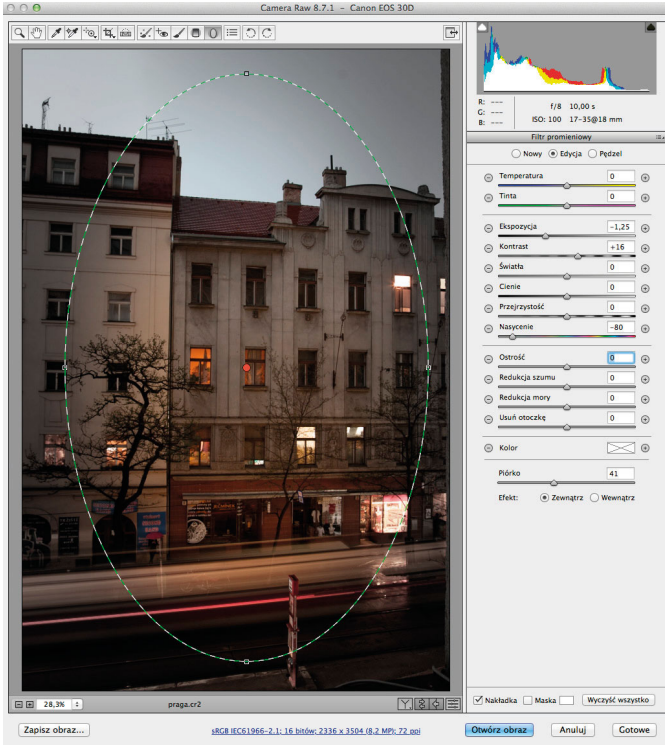
**Rysunek 3.63.** Zdjęcie po dodaniu stopniowego filtra przyciemniającego niebo

**WSKAZÓWKA:** Możesz wyczyścić wszystkie gradienty, klikając na przycisk *Wyczyść wszystko* (*Clear All*) w dolnym prawym rogu panelu z suwakami. Możesz także klikać w poszczególne gradienty i wciskać klawisz *Delete* (na macu *Backspace*), aby usunąć pojedynczy gradient.

*Filtr promieniowy* (*Radial Filter*) to narzędzie podobne do narzędzia *Stopniowy filtr* (*Graduated Filter*), z tym że tutaj tworzymy gradient owalny. Będzie to przydatne na zdjęciach, na których potrzebujemy wykonać miejscową obróbkę owalnego obszaru lub na których chcemy zastosować odrębną obróbkę dla otoczenia obszaru, który chcemy zachować w niezmienionej postaci.

Kliknij w ikonę  albo wciśnij klawisz *J*. Kliknij w miejscu, gdzie chcesz zacząć, i przeciągnij, żeby stworzyć owal (rysunek 3.64). Domyślnie obróbka dodawana jest na zewnątrz owalu, czyli w jego środku będzie zerowa. Jeśli chcesz to zmienić i korygować obszary wewnątrz owalu, przejdź do prawego panelu z suwakami i zjedź do opcji *Efekt* (*Effect*). Zmień opcję z *Zewnątrz* (*Outside*) na *Wewnątrz* (*Inside*). Suwakiem *Piórko* (*Feather*) możesz natomiast modyfikować łagodność przejścia między pełną obróbką a jej brakiem. Reszta suwaków działa tak samo jak w poprzednich dwóch narzędziach.

**WSKAZÓWKA:** Możesz dodać więcej niż jeden owalny gradient. W panelu z suwakami zmień opcję *Edycja* (*Edit*) na *Nowy* (*New*). Teraz stwórz nowy owal i ustaw dla tego obszaru niezależną obróbkę.




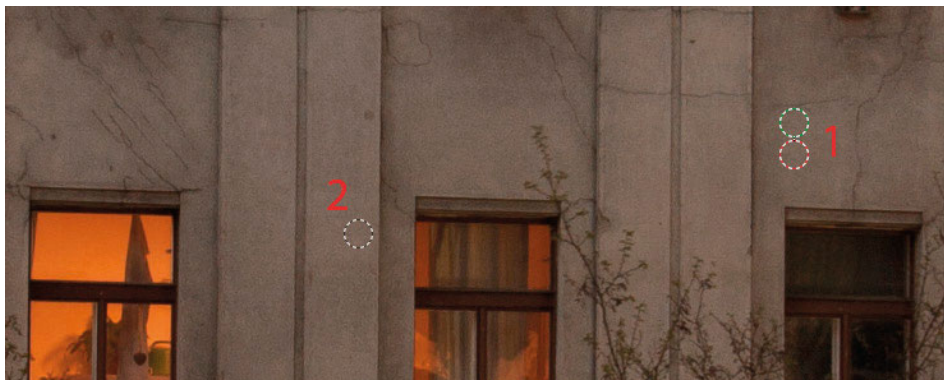
**Rysunek 3.64.** Zdjęcie z naniesionym filtrem promieniowym, któremu nadano obróbkę zewnętrzną w postaci zmniejszonej ekspozycji i nasylenia kolorów

**WSKAZÓWKA:** Możesz wyczyścić wszystkie gradienty, klikając na przycisk Wyczyść wszystko (Clear All) w dolnym prawym rogu panelu z suwakami. Możesz też kliknąć na konkretny owal i usunąć go, wciskając klawisz *Delete* (na macu *Backspace*).

### 3.4.9. Retusz [wideo]

Z pewnością nieraz spotkasz się ze zdjęciami, na których coś nie będzie grać: a to plamka na ścianie, a to pyłek czy brud na produkcie, a to paproch na matrycy aparatu. Takie niechciane, drobne niespodzianki możemy we wtyczce Camera Raw usunąć narzędziem *Redukcja punktów* (*Spot Removal*).

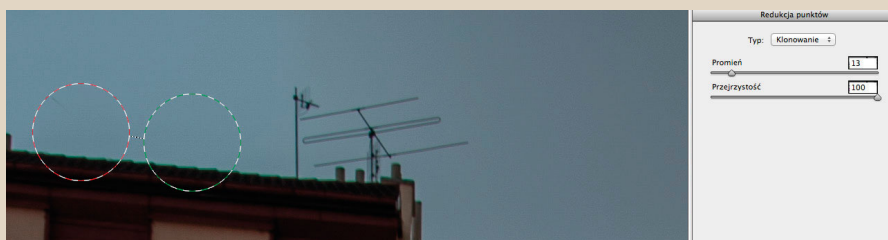
1. Wybierz narzędzie *Redukcja punktów* (*Spot Removal*)  lub wciśnij klawisz *B*. Otrzymasz kursor identyczny jak ten z narzędzia *Pędzel korekty* (*Adjustment Brush*). Tak samo funkcjonują tu oba okęgi. Zamaż obszar z plamką. Narzędzie automatycznie wykryje podobną powierzchnię w pobliżu i zamaluje nią problematyczny obszar (rysunek 3.65). W Photoshopie CS6 klikasz i rozciągasz okrąg obróbki, funkcjonalność pędzla została dodana w Photoshopie CC.



**Rysunek 3.65.** Retuszowanie plamek narzędziem Redukcja punktów (Spot Removal) w Photoshopie CS6: 1 — aktywny retusz (czerwone koło wskazuje obszar retuszowany, zielone — obszar naprawczy), 2 — nieaktywny retusz

2. Widzisz teraz dwa lizaki — czerwony to miejsce korygowane, zielony to miejsce, z którego pobierany jest materiał naprawczy. Klikając i przesuwając lizaki, możesz modyfikować zarówno miejsce naprawiane, jak i źródło materiału naprawczego. W Photoshopie CS6 nie ma lizaków, a obróbka wskazywana jest przez okręgi. Ich stan przedstawia ilustracja poniżej.
3. Zamaż teraz drugą plamkę. Zauważ, że poprzednia zmieniła się w szary lizak. Jeśli chcesz wrócić do jego edycji, po prostu w niego kliknij. W Photoshopie CS6 okrąg staje się szary.

**WSKAZÓWKA:** Redukcja punktów domyślnie działa w trybie *Skoryguj (Heal)*, co oznacza, że nakładając materiał naprawczy, Camera Raw miesza go z otoczeniem, by stworzyć niewidoczne łączenia. Niestety nie jest to korzystne, jeżeli plamki do usunięcia znajdują się w pobliżu cienkich kresek bądź krawędzi, np. włosów, kabli. Wtedy warto przełączyć *Typ (Type)* na opcję *Klonowanie (Clone)*. Klonowanie nakłada materiał naprawczy, ale nie próbuje połączyć go z otoczeniem, dzięki czemu możemy usunąć plamki, zachowując linie i krawędzie w tle (rysunek 3.66).




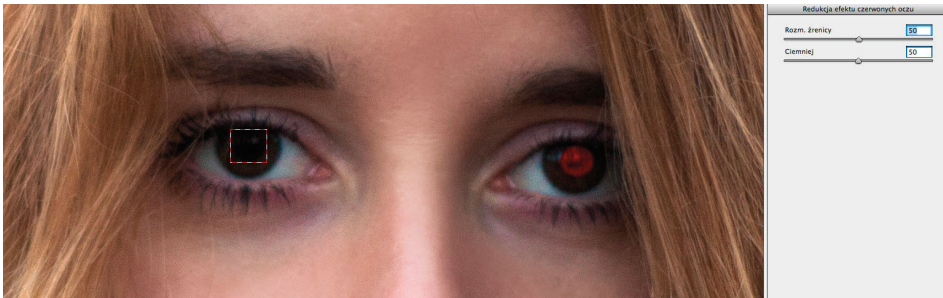
**Rysunek 3.66.** Usunięcie anteny telewizyjnej z dachu za pomocą opcji Klonowanie (Clone). Dzięki temu fragment dachu nie jest rozmyty, a jedynie skopiowany



**WSKAZÓWKA:** Czasami trudno dopatrzeć się wszystkich plamek na zdjęciu. Camera Raw w Photoshopie CC i nowszym przychodzi nam z pomocą w postaci suwaka Wyświetl plamy (*Visualize Spots*). Kliknij na ptaszka przy Wyświetl plamy (*Visualize Spots*), a następnie przesuwaj suwak w lewo i prawo, aż pozostaną widoczne tylko plamki i farfocle na — zdawałoby się — jednolitych powierzchniach. Teraz możesz usunąć te plamki.

W fotografii produktowej rzadko się zdarza, że zdjęcie produktu przedstawiające także człowieka ma tak prosty błąd fotograficzny jak „efekt czerwonych oczu”. Efekt ten zachodzi, kiedy światło lampy błyskowej skierowanej na wprost modela odbija się od dna jego oka i wraca do aparatu. Jeżeli fotografujesz smartfonem lub tabletem z opcją lampy błyskowej, taki efekt może się pojawiać częściej niż przy fotografowaniu lustrzanką czy aparatem hybrydowym.

Aby usunąć ten niepożądany efekt, wybierz narzędzie *Usuwanie efektu czerwonych oczu* (*Red Eye Removal*)  albo wciśnij klawisz *E*. Powiększ oko do widoku 100%. Teraz kliknij i przeciągnij obszar zawierający oko (to ważne, musisz zaznaczyć całe oko, by narzędzie poprawnie wykryło źrenicę) — rysunek 3.67. Narzędzie wykryje źrenicę i usunie efekt automatycznie. Możesz wykonać dalszą korektę, przechodząc do suwaków po prawej stronie. *Rozm. źrenicy* (*Pupil Size*) pozwala zmienić średnicę źrenicy, jeśli efekt nie został całkowicie usunięty z oka. *Ciemniej* (*Darken*) umożliwia określenie, jak ciemna ma być źrenica po usunięciu czerwieni.



**Rysunek 3.67.** Usuwanie efektu czerwonych oczu

**WSKAZÓWKA:** Jeżeli fotografujesz zwierzęta i chcesz usunąć efekt czerwonych oczu z ich oczu, zmień typ z *Czerwone oko* (*Red Eye*) na *Zwierzęce oko* (*Pet Eye*) — dostępne w Photoshopie CC i nowszych). Źrenica zostanie wtedy wyczerniona, a do dyspozycji będziesz mieć jeden suwak: *Rozm. źrenicy* (*Pupil Size*). Domyślnie jest też włączona opcja *Dodaj odbicie światła* (*Add Catchlight*), która dodaje kropkę światła do źrenicy. Jeśli nie chcesz tego efektu, odznacz tę opcję.

### 3.4.10. Eksport i kończenie pracy z Camera Raw

W Camera Raw mamy do wyboru cztery scenariusze zakończenia pracy (rysunek 3.68).



**Rysunek 3.68.** Przyciski zakończenia pracy w Camera Raw: 1 — akceptacja obróbki i zamknięcie wtyczki, 2 — anulowanie obróbki i zamknięcie wtyczki, 3 — akceptacja obróbki i otwarcie pliku w Photoshopie, 4 — akceptacja obróbki i eksport pliku, 5 — miejsce, gdzie pojawi się postęp eksportu pliku lub plików

Pierwszym jest kliknięcie na przycisk *Anuluj (Cancel)*, co anuluje wprowadzone na zdjęciu zmiany i spowoduje zamknięcie wtyczki. Wciśnięcie klawisza *Alt* (na macu *Opt*) i kliknięcie w ten przycisk doprowadzi do resetu wszystkich zmian na zdjęciu.

Drugą opcją jest przycisk *Gotowe (Done)*, który spowoduje zachowanie zmian na zdjęciu i zamknięcie wtyczki (przydatne, jeśli na teraz masz dość i chcesz wrócić do pracy później).

Trzecią możliwością jest przycisk *Otwórz obraz (Open Image)*, którego użycie doprowadzi do otwarcia obrabionego zdjęcia w Photoshopie. To domyślny sposób zakończenia pracy we wtyczce Camera Raw. Klikając na ten przycisk z wciśniętym klawiszem *Alt* (na macu *Opt*), otworzymy kopię zdjęcia bez obróbki. Kiedy wciśniemy *Shift*, przycisk zmieni nazwę na *Otwórz obiekt (Open Object)* i otworzymy zdjęcie jako obiekt inteligentny.

Czwartą opcją jest eksport pliku bądź plików do innego formatu. Jest to szczególnie przydatne, gdy obrabialiśmy wiele zdjęć jednocześnie. Aby takie pliki wyeksportować, kliknij w przycisk *Zapisz obraz/Zapisz obrazy (Save Image/Save Images)* w lewym dolnym rogu modułu.

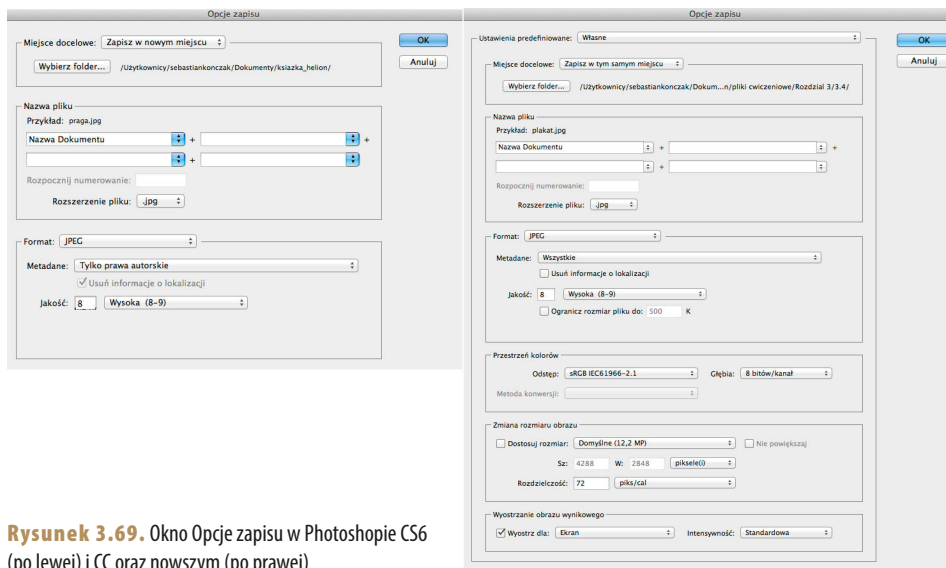
Pojawi się okno dialogowe (rysunek 3.69). Wygląda ono różnie w Photoshopie CS6 i w późniejszych wersjach. Sekcja *Miejsce docelowe (Destination)* pozwala wybrać folder docelowy, do którego pliki mają być zapisane. Sekcja *Nazwa pliku (File Naming)* umożliwi określenie reguły nazywania zapisywanych plików. Możemy dodać do czterech zmiennych.

Sekcja *Format (Format)* pozwala wybrać format pliku — najczęściej będzie to JPEG, ale mamy też do wyboru DNG (negatyw cyfrowy), TIFF i dokument Photoshopa (PSD).

Sekcja *Metadane (Metadata)* określa, jaki zakres metadanych ma być dołączony do plików. Opcja *Usuń informacje o lokalizacji (Remove Location Info)* pozwala usunąć dane geolokacyjne, które mogą pomóc w zlokalizowaniu miejsca wykonania fotografii. Ta opcja dostępna jest od Photoshopa CC.

*Jakość (Quality)* określa jakość pliku i stopień kompresji. Im większa wartość, tym lepszą jakość obrazu ma plik, ale i większą wagę. Dla zdjęć produktowych proponuję nie schodzić poniżej wartości 7. Jeśli masz Photoshopa CC i jakieś konkretne limity wagi plików, możesz zaznaczyć opcję *Ogranicz wielkość pliku do (Limit File Size To)* i wpisać wartość w kilobajtach.





**Rysunek 3.69.** Okno Opcje zapisu w Photoshopie CS6 (po lewej) i CC oraz nowszym (po prawej)

Sekcja *Odstęp (Color Space)* określa profil kolorów, jaki będzie przypisany do zdjęć. Mówiłem już o tym wcześniej w tej książce i wiesz, żeby wybierać profil sRGB i 8 bitów na kanał. Ta sekcja dostępna jest w Photoshopie CC.

Sekcja *Skalowanie obrazu (Image Sizing)* pozwala zmienić rozmiar plików. Aby to zrobić, musimy zaznaczyć opcję *Skaluj, by zmieścić (Resize To Fit)*, a następnie wybrać, na jakiej zasadzie pliki mają być pomniejszane:

- *Szerokość i wysokość (Width & Height)* — pozwala określić konkretne wymiary w pikselach, niezależnie od tego, jakie proporcje są na zdjęciu. Opcja *Nie powiększaj (Don't Enlarge)* zagwarantuje nam, że pliki nie będą powiększane.
- *Wymiary (Dimensions)* — ta opcja pozwala określić wymiar pionowy i poziomy. Jeśli zdjęcie jest w układzie portretowym, pomniejszona wersja będzie miała podany wymiar na pionowym boku. Jeżeli zdjęcie jest w układzie krajobrazowym — wymiar będzie aplikowany do poziomego boku.
- *Dłuższy bok (Long Side)* — to lepsza wersja opcji *Wymiary (Dimensions)*, określająca wymiar dłuższego boku.
- *Krótszy bok (Short Side)* — to lepsza wersja opcji *Wymiary (Dimensions)*, określająca wymiar krótszego boku.
- *Megapiksele (Megapixels)* — opcja, która pozwala określić wielkość w megapikselach (szerokość razy wysokość w pikselach).
- *Procent (Percentage)* — umożliwia skalowanie zdjęcia procentowo. Jest to przydatne, kiedy chcemy np. pomniejszyć zdjęcia dwukrotnie — wtedy wpisujemy 50%.

Dodatkowo mamy tutaj pole *Rozdzielczość (Resolution)*, gdzie ustawiamy wartość domyślną dla ekranów komputerów, czyli *72 piksele/cal (pixels/inch)*.

Ostatnia sekcja, dostępna od Photoshopa CC, to *Wyostrzanie wyjściowe (Output Sharpening)*. Pozwala finalnie wyostrzyć zdjęcie. Nie polecam tego robić w tym miejscu, ponieważ większą kontrolę nad wyostrzaniem mamy w samej wtyczce Camera Raw, w zakładce *Szczegół (Details)*.

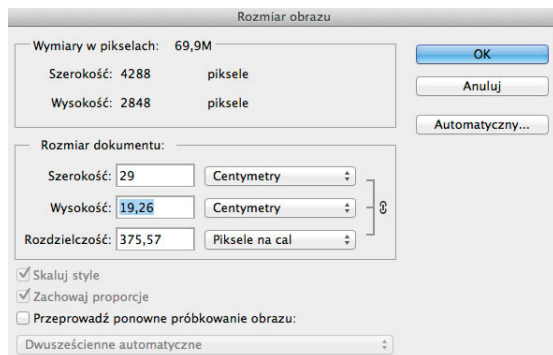
Jeśli wszystko jest już ustawione, klikamy na przycisk *Zapisz (Save)* lub *OK* (w Photoshopie CS6) i czekamy na zapis wszystkich zdjęć. Proces ten widoczny jest na prawo od przycisku *Zapisz obrazy (Save Images)*.

## 3.5. Edycja zdjęć i grafik w Photoshopie

Wykonaliśmy już obróbkę zdjęć we wtyczce Camera Raw, ale niestety nie wszystko da się tam zrobić. Jeżeli chcemy tworzyć fotomontaże, nakładać jedno zdjęcie na drugie czy dodawać znaki wodne, musimy to robić bezpośrednio w Photoshopie.

### 3.5.1. Zmiana rozmiaru obrazu i modyfikowanie rozmiaru tła

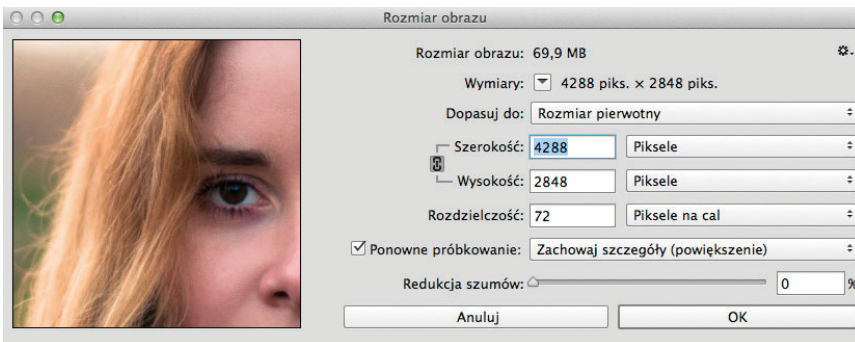
Zmiana rozmiaru zdjęcia czy grafiki w Photoshopie to łatwe zadanie. Wejść w menu *Obraz (Image)* i wybierz polecenie *Rozmiar obrazu (Image Size)* bądź skorzystaj ze skrótu *Ctrl+Alt+I* (na macu *Cmd+Opt+I*). Okno dialogowe pokazuje rysunek 3.70. W polu *Szerokość (Width)* wpisz nową szerokość w pikselach [jeśli masz ustawioną inną jednostkę, zmień ją na *Piksele (pixels)*], a w polu *Wysokość (Height)* zostanie automatycznie wpisana wysokość, wyliczana na podstawie aktualnej proporcji dokumentu. Jeżeli chcesz jakoś zniekształcić zdjęcie, odznacz opcję *Zachowaj proporcje (Constrain Proportions)*. Ta metoda jest jednak przede mną niepolecana, ponieważ kiedy chcemy zmodyfikować proporcje zdjęcia, powinniśmy zdjęcie po prostu wykadrować.



**Rysunek 3.70.** Okno Rozmiar obrazu (Image Size) i zmiana rozmiaru wydruku w Photoshopie CS6. Zwróć uwagę na odznaczoną opcję Przeprowadź ponowne próbkowanie obrazu (Resample Image) i Rozdzielczość (Resolution) większą niż 200 pikseli na cal

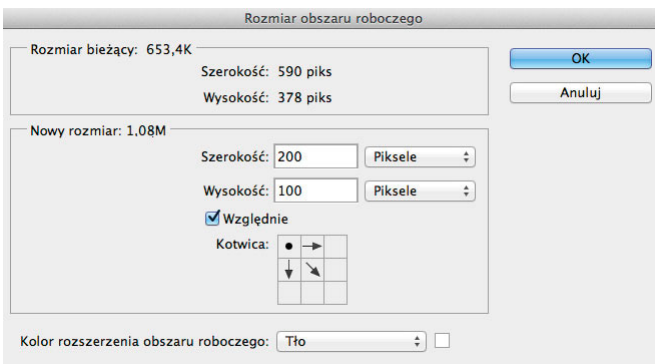
Jeżeli potrzebujesz zmienić rozmiar wydruku, odznacz najpierw opcję *Przeprowadź ponowne próbkowanie obrazu (Resample Image)*. Teraz ustaw wymiary w sekcji *Rozmiar dokumentu (Document Size)*, pamiętając, by wyliczona automatycznie *Rozdzielczość (Resolution)* nie była niższa niż 200 wg jednostki *Piksele na cal (pixels/inch)*.

W Photoshopie CC wprowadzono nowy wygląd okna *Rozmiar obrazu (Image Size)* (rysunek 3.71). Uproszczono zmianę rozmiaru w pikselach i dodano podgląd. Żeby zmienić rozmiar dokumentu do wydruku, odznacz opcję *Próbkuj ponownie (Resample)* i w pola *Szerokość (Width)* i *Wysokość (Height)* wpisz znów wartości w centymetrach.



**Rysunek 3.71.** Okno Rozmiar obrazu (Image Size) w Photoshopie CC i CC 2014

Jeśli chcesz zmodyfikować rozmiar tła obrazu (tak aby mieć więcej miejsca na kolejne elementy lub tekst), musisz skorzystać z polecenia *Rozmiar obszaru roboczego (Canvas Size)* w menu *Obraz (Image)* — rysunek 3.72. Skróttem do tego narzędzia jest *Ctrl+Alt+C* (na macu *Cmd+Opt+C*).





**Rysunek 3.72.** Okno Rozmiar obszaru roboczego (Canvas Size) ze wstawionymi danymi i kotwicą ustawioną na rozszerzanie obszaru w dół i w prawo

Na początek zaznacz opcję *Względnie (Relative)*. To pozwoli Ci łatwiej wprowadzać nowy rozmiar. Domyślnie, kiedy ta opcja jest wyłączona, trzeba podawać całkowite wymiary dokumentu. Jest to kłopotliwe, jeśli chcemy np. poszerzyć dokument o 200 pikseli. Musimy wtedy robić w głowie kalkulacje i wpisywać końcową szerokość. Opcja *Względnie (Relative)* umożliwia wpisywanie wartości, o które chcemy zmienić wymiar — nie trzeba nic obliczać. Powiedzmy, że chcemy rozszerzyć dokument w prawo i w dół. Wpiszmy w pole *Szerokość (Width)* 200 pikseli, a w pole *Wysokość (Height)* — 100. Teraz przechodzimy do *Kotwicy (Anchor)*, która określa kierunek rozszerzania dokumentu. Jeżeli chcemy, żeby był to środek (czyli rozszerzamy dokument w każdym kierunku), zostawiamy kotwicę bez zmian — strzałki są skierowane w każdym kierunku. Pamiętaj jednak wtedy o tym, że wartości wpisane w pola szerokości i wysokości będą podzielone na pół, ponieważ rozszerzenie na każdym boku zachodzić będzie z obu stron. Jeśli natomiast klikniemy w lewy górny róg, strzałki skierują się na prawo i w dół — tego chcemy.

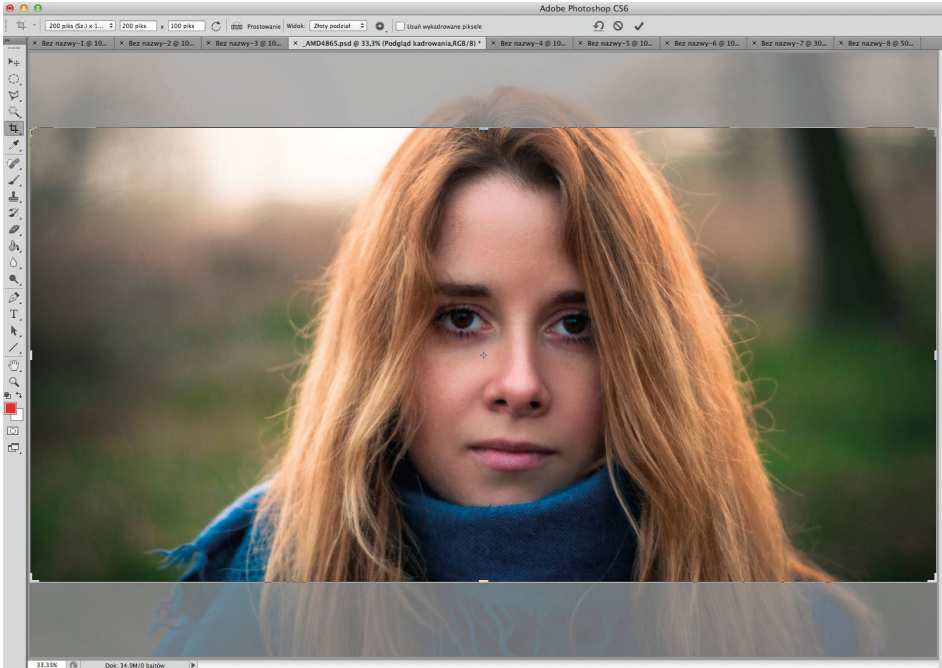
Na koniec możemy wybrać kolor rozszerzanego obszaru. W polu *Kolor rozszerzenia obszaru roboczego (Canvas Extension Color)* możemy określić *Tło (Background)*, *Pierwszy plan (Foreground)*, *Białe (White)*, *Czarny (Black)*, *Szary (Gray)* lub *Inne (Other)* i wybrać kolor z próbnika (*Color Picker*). Na zakończenie kliknij *OK*.

Powyższy sposób nie jest jednak zbyt intuicyjny i za chwilę powiem o prostszej metodzie zwiększania obszaru dokumentu. Jeżeli jednak musisz rozszerzyć dokument o konkretną wartość, rób to narzędziem *Rozmiar obszaru roboczego (Canvas Size)*.

### 3.5.2. Kadrowanie [wideo]

Kadrowanie to podstawowa czynność w Photoshopie; wykonuje się je narzędziem *Kadrowanie (Crop)* , do którego mamy skrót w postaci litery *C*. Po jego wybraniu na krawędzi dokumentu pojawi się obszar kadrowania. Chwytając za boki, możemy zwężać lub rozszerzać dany bok, a chwytając za róg, możemy zmieniać rozmiar dwóch boków naraz. Wciskając *Shift* podczas chwytania za róg, możemy zmieniać rozmiar kadrowania z zachowaniem proporcji dokumentu. Odjeżdżając myszą od obszaru kadrowania, uzyskujemy kursor ze strzałkami skierowanymi do siebie pod kątem 90 stopni. Klikając i przeciągając w tym momencie, możemy obracać obszar kadrowania. Wciskając *Ctrl* (na macu *Cmd*), uzyskujemy dostęp do narzędzia *Prostowanie (Straighten)* , które działa dokładnie tak samo jak jego odpowiednik we wtyczce Camera Raw.

Domyślnie narzędzie *Kadrowanie (Crop)* działa w trybie *Proporcja (Ratio)* — by to zobaczyć, zerknij na pasek opcji narzędzia. Jeśli zmienisz ten tryb na *Szer. x Wys. x Rozdz. (W x H x Resolution)*, będziesz mógł kadrować dokument do konkretnego wymiaru (rysunek 3.73). Jest to przydatne przy tworzeniu plików na



**Rysunek 3.73.** Kadrowanie do konkretnego rozmiaru. Mimo że zdjęcie ma ponad 4000 pikseli na szerokość, po kadrowaniu zostanie pomniejszone do 200 pikseli na szerokość, zgodnie z wprowadzonymi wartościami

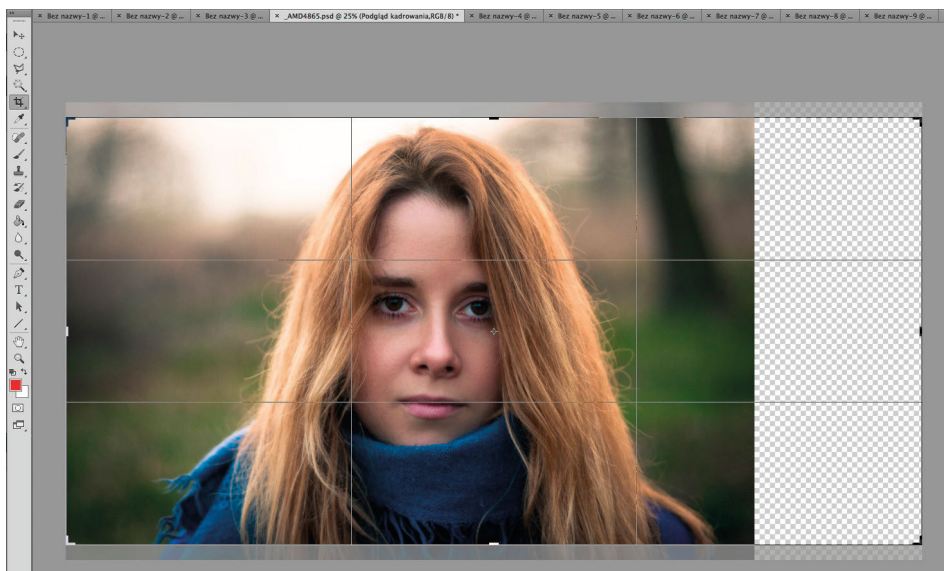
potrzeby social media, gdzie większość zdjęć profilowych i teł musi mieć konkretne wymiary. Wpisz w pierwsze pole *200 piks (200 px)*, a w drugie *100 piks (100 px)*, w trzecie wpisz *72* i wybierz *piks/cal (px/in)*. Teraz przy zmianie wielkości obszaru kadrowania Photoshop będzie zachowywał rozmiary i proporcje wprowadzonego docelowego wymiaru dokumentu. Aby zaakceptować kadrowanie, wciśnij *Enter* (na macu *Return*). Uważaj tylko, by nie zaznaczać za dużego obszaru. Photoshop może być wtedy zmuszony do powiększania obrazu, aby zachować wprowadzony wymiar. Nie chcesz tego.

**WSKAZÓWKA:** Poczqwszy od Photoshopa w wersji CS6, narzędzie *Kadrowanie (Crop)* działa nieco inaczej. Między innymi dodano opcję *Usuń wykadrowane piksele (Delete Cropped Pixels)*, która jest domyślnie wyłączone. Taki stan oznacza, że po kadrowaniu obszary obcięte nie są usuwane i są dalej dostępne w przypadku ponownego kadrowania. Powoduje to jednak problem, kiedy chcemy przenieść tak wykadrowany dokument do innego dokumentu. Przenoszony jest bowiem cały dokument, a nie kadram. Jeśli tego nie chcesz i wolisz usuwać wykadrowane piksele, zaznacz opcję *Usuń wykadrowane piksele (Delete Cropped Pixels)*.



**WSKAZÓWKA:** Podczas kadrowania możesz skorzystać z siatek nakładanych na obszar kadrowania. To pomoże Ci np. określić silne punkty kompozycji w ramach zasady trójpodziału. Kliknij na ikonę siatki (Photoshop CC i nowszy) lub przejdź do opcji *Widok (View)*, a w rozwijanym menu zaznacz opcję *Zawsze pokazuj nakładkę (Always Show Grid)*, by zawsze pokazywać siatkę. Z dostępnych siatek proponuję wybierać *Złoty podział (Rule of Thirds)* albo *Złota proporcja (Golden Ratio)* — są one najlepsze do kadrowania fotografii.

W Photoshopie CS6 i późniejszych narzędziem *Kadrowanie (Crop)* możemy także rozszerzać obszar dokumentu, podobnie jak w narzędziu *Rozmiar obszaru roboczego (Canvas Size)*. Zamiast kadrować „w głąb” dokumentu, wyjedź obszarem kadrowania poza dokument (rysunek 3.74).



**Rysunek 3.74.** Rozszerzanie obszaru roboczego narzędziem *Kadrowanie (Crop)*. Kratka po prawej stronie oznacza przezroczyste piksele

### 3.5.3. Tworzenie zoomów

Zoomy to powiększenia fragmentu produktu na zdjęciu. Inaczej niż zdjęcie makro, wymagające fotografowania z bliska, zoom możemy wykonać na podstawie normalnego zdjęcia packshotowego, które nie zostało pomniejszone, a jedynie wykadrowane. Zoomy są z reguły kwadratowe.



Otwórz dokument *klawiatura.psd* z plików ćwiczeniowych, *Rozdział 3/3.5*. Wybierz narzędzie *Kadrowanie (Crop)* i ustaw wielkość kadru na 250 x 250 pikseli. (rysunek 3.75) Zamiast chwytać za obszar kadrowania, przejdź do fragmentu zdjęcia, który ma służyć za zoom, i z wciśniętym klawiszem *Shift* kliknij i zaznacz cały żądany obszar. Wciśnij *Enter* (na macu *Return*). Twój zoom jest praktycznie gotowy.

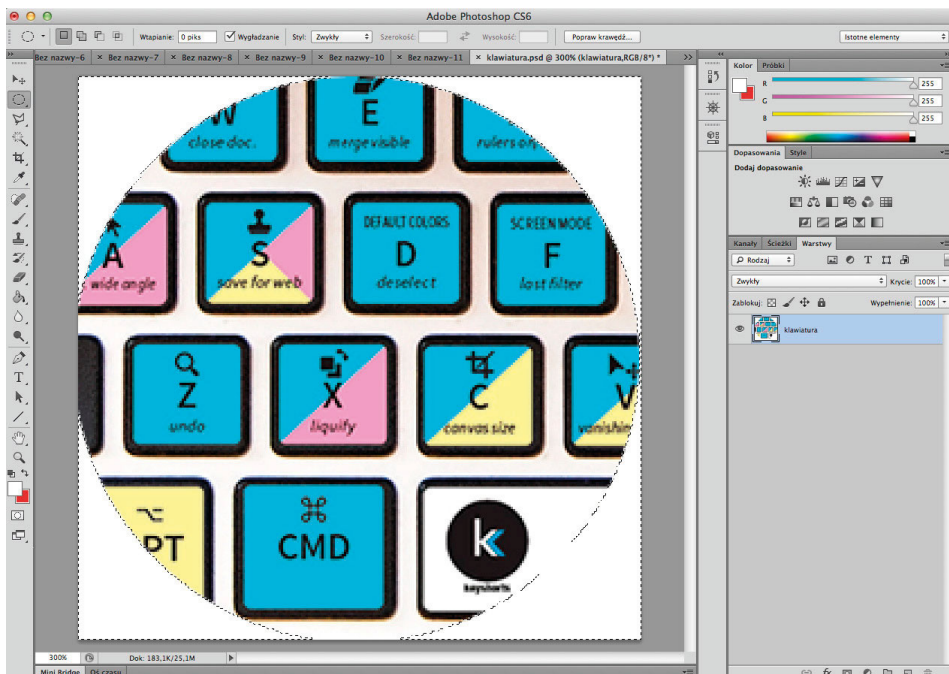




**Rysunek 3.75.** Tworzenie zooma poprzez kadrowanie packshota w kwadrat o boku 250 pikseli

Dodatkową rzeczą, którą możesz zrobić, jest wykadrowanie zooma w okrąg. Najprościej wykonać to przy użyciu języka CSS. Jeśli możesz skorzystać z pomocy programisty, poproś go o nadanie zdjęciu zoomowemu atrybutu `border-radius: 50%`. Jeżeli natomiast nie masz do dyspozycji programisty lub chcesz zaoszczędzić trochę wagi plików, wykonaj taki zabieg w Photoshopie.



1. Mając otwarty gotowy, kwadratowy zoom, wybierz narzędzie *Zaznaczanie eliptyczne (Elliptical Marquee)* . Znajduje się ono w podmenu narzędzia *Zaznaczanie prostokątne (Rectangular Marquee)* .
2. Kliknij na lewy górny róg dokumentu, wciśnij *Shift* i przeciągnij myszą do prawego dolnego rogu. Upuść przycisk myszy i zwolnij *Shift*.
3. Zrobiłeś właśnie zaznaczenie kołowe, ale musisz je odwrócić, by zaznaczało fragmenty na zewnątrz okręgu. Wejdź w menu *Zaznacz (Select)*, w Photoshopie CC *Zaznaczanie (Select)*, i wybierz *Odwrotność (Inverse)* — to odwróci zaznaczenie.
4. Wybierz w przyborniku kolor tła swojego sklepu internetowego i wypełnij tym kolorem zaznaczenie, korzystając ze skrótu *Alt+Del* (na macu *Opt+Backspace*). Możesz też po prostu usunąć piksele i zostawić tam przezroczystość (rysunek 3.76). Najpierw jednak spójrz na panel *Warstwy (Layers)*. Czy aktywna warstwa nosi nazwę *Tło (Background)* i pisana jest kursywą? Jeśli tak, kliknij na nią dwukrotnie i kliknij *OK*. Aby usunąć piksele, warstwa nie może być warstwą tła. Teraz wciśnij klawisz *Delete* (na macu *Backspace*), by usunąć piksele.
5. Usuń zaznaczenie, stosując skrót *Ctrl+D* (na macu *Cmd+D*), albo wejdź w menu *Zaznacz (Select)* i kliknij w *Usuń zaznaczenie (Deselect)*.



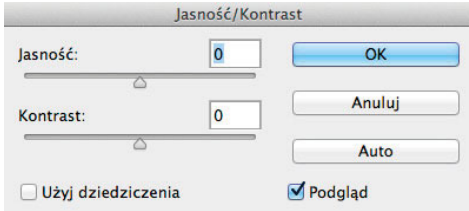
Rysunek 3.76. Zoom wycięty w okrąg dzięki narzędziu Zaznaczanie eliptyczne (Elliptical Marquee)

### 3.5.4. Korekcja tonalno-barwna [wideo]


W Photoshopie jest mnóstwo narzędzi do kontroli tonacji i barw na zdjęciach. Jednakże my skupimy się na trzech najważniejszych, które zastąpią nam kilkanaście pozostałych.

Podstawową korekcję tonalną możemy wykonać narzędziem *Jasność/Kontrast* (*Brightness/Contrast*) — rysunek 3.77. Pozwala ono na dopasowanie kontrastu i jasności zdjęcia czy grafiki. Aby dodać tę korekcję, przejdź do panelu *Warstwy* (*Layers*), kliknij w ikonę dodawania nowej warstwy korekcyjnej  i wybierz *Jasność/Kontrast* (*Brightness/Contrast*). Jeśli nie chcesz dodawać warstw korekcyjnych, wejdź w menu *Obraz/Dopasowania* (*Image/Adjustments*) i wybierz *Jasność/Kontrast* (*Brightness/Contrast*). Od wersji CS4 Photoshopa możesz też dodawać dopasowania z panelu *Dopasowania* (*Adjustments*). Kliknij tam w ikonę .

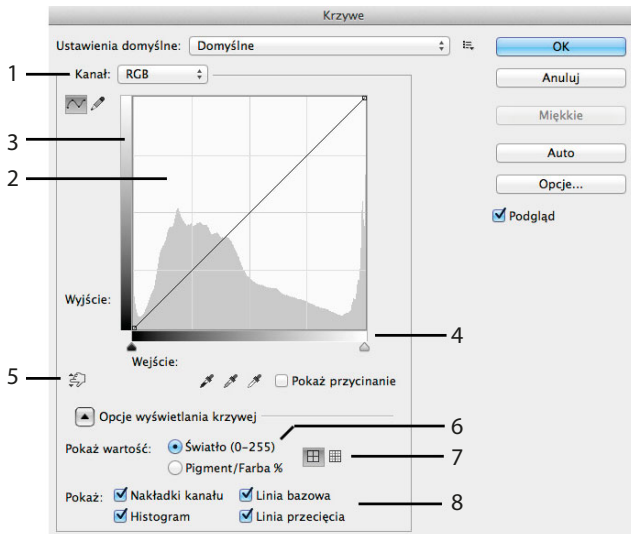
Suwak *Jasność* (*Brightness*) odpowiada za jasność obrazu. Wartości ujemne przyciemniają zdjęcie, dodatnie rozjaśniają. Suwak *Kontrast* (*Contrast*) odpowiada za kontrast, czyli stosunek między jasnymi a ciemnymi partiami obrazu. Wartości ujemne zmniejszają kontrast, dodatnie — zwiększają. Możesz też spróbować opcji *Auto*, która automatycznie ustawi suwaki po analizie zdjęcia. *Jasność/Kontrast* (*Brightness/Contrast*) jest dobrym narzędziem do niewielkich i podstawowych korekcji.



**Rysunek 3.77.** Okno Jasność/Kontrast (Brightness/Contrast) w Photoshopie CS6

Narzędziem zaawansowanym i oferującym większe możliwości obróbki tonalno-barwnej są *Krzywe* (*Curves*). Jeżeli chcesz je uruchomić bez tworzenia warstwy korekcyjnej, skorzystaj ze skrótu *Ctrl+M* (na macu *Cmd+M*) albo w panelu *Dopasowania* (*Adjustments*) wybierz ikonę . Poznałeś już parametryczną krzywą tonalną we wtyczce Camera Raw, a teraz zapoznasz się z jej „ręczną” wersją. Omówię tutaj jedynie wyraźne różnice, które występują pomiędzy tymi narzędziami.

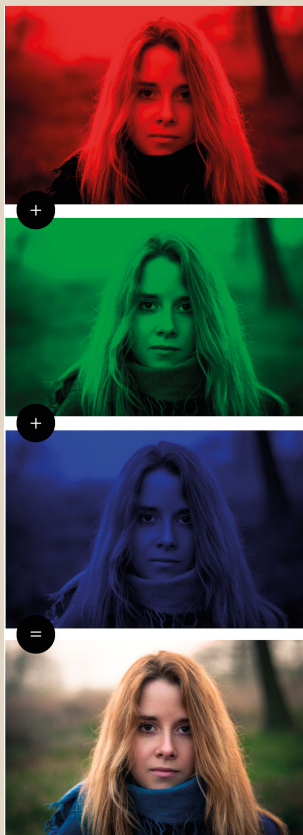
W Photoshopie *Krzywe* (*Curves*) działają domyślnie w trybie *RGB*, co możesz zobaczyć na liście *Kanał* (*Channel*) nad samą krzywą (rysunek 3.78). Jednakże inaczej niż we wtyczce Camera Raw możemy tutaj pracować na poszczególnych kanałach: R (czerwonym), G (zielonym) i B (niebieskim). Każda z tych opcji pozwala modyfikować wybrany kanał niezależnie od innych. W zależności od tego, w którą stronę przechylimy daną krzywą, możemy dodawać bądź usuwać pewne kolory ze zdjęcia. Jak się okazuje, jest to bardzo dobre narzędzie do korygowania zafarbów i balansu bieli. Poniższa tabela 3.1 pokazuje, jakie kolory będą dodawane w zależności od wybranego kanału i wygięcia krzywej.



**Rysunek 3.78.** Okno *Krzywe* (*Curves*): 1 — tryb pracy na kompozycie RGB lub poszczególnych kanałach, 2 — krzywa z histogramem, 3 — oś wyjściowej jasności pikseli, 4 — oś wejściowej jasności pikseli, 5 — narzędzie do intuicyjnej modyfikacji krzywej, 6 — tryb wyświetlania krzywej [dla zdjęć i grafik wybierz Światło (*Light*)], 7 — gęstość siatki na krzywej, 8 — opcje wyświetlania krzywej

**Tabela 3.1.** Zmiany barwne na obrazach przy odpowiednim wygięciu krzywej danego kanału


Kanał	Krzywa wygięta do góry	Krzywa wygięta do dołu
R	Czerwony	Błękitny (cyjan)
G	Zielony	Niebiesko-fioletowy (magenta)
B	Niebieski	Żółty



**UWAGA:** Skąd się wzięły te kanały: R, G i B? Mówiłem już o przestrzeni kolorów RGB — opisuje ona, jak kolory są generowane i zapisywane cyfrowo. Nie powiedziałem jednak, jak tworzone są kolorowe zdjęcia. Każde takie zdjęcie składa się z trzech kanałów: R (*Red* — czerwony), G (*Green* — zielony) i B (*Blue* — niebieski). Kanał czerwony przynosi informacje o czerwieni na zdjęciu, zielony o zieleni, a niebieski o niebieskości. Łącząc te trzy kanały ze sobą, otrzymujemy tzw. kompozyt, czyli pełnokolorowy obraz. Jeśli zastanawiasz się, skąd się wziął pomysł z tymi trzema kanałami, to wiedz, że oko ludzkie widzi kolory tak samo. W oku znajdują się receptory koloru czerwonego, zielonego i niebieskiego. Z ich połączenia w mózgu powstaje pełnokolorowy obraz (rysunek 3.79).


**Rysunek 3.79.** Kanały czerwony, zielony i niebieski dają razem pełnokolorowy obraz w przestrzeni RGB

Opcja *Pokaż przycinanie (Show Clipping)* pozwala podglądać, które piksele zostaną przycięte podczas obróbki za pomocą krzywych. Dokument zmienia się w białą płaszczyznę, a modyfikując krzywą, będzie można dostrzec, które piksele będą prześwietlone lub niedoświetlone.

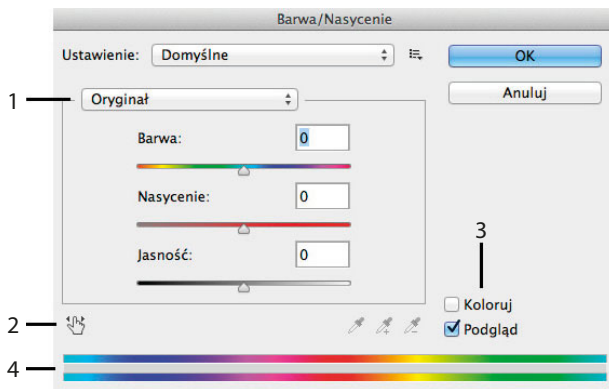
Jeśli masz trudność ze stwierdzeniem, gdzie kliknąć na krzywej, by zmieniać konkretne piksele, kliknij w ikonę , przejdź do obrazu, a następnie kliknij oraz przeciągnij na dokumencie w tym miejscu, które chcesz zmodyfikować. Photoshop wykryje jasność tych pikseli i automatycznie stworzy punkt na krzywej.

Jeżeli chcesz usunąć punkt z krzywej, kliknij na niego i przeciągnij poza obszar wykresu. Jeśli chcesz stworzyć punkt na krzywej, kliknij w którymś jej miejscu i przeciągnij myszą w inne miejsce, przy okazji wyginając krzywą.

Jeżeli krzywa zachowuje się albo działa dziwnie, rozwiń sekcję *Opcje wyświetlania krzywej (Curve Display Options)* i upewnij się, że masz wybraną opcję *Światło (Light)*, a nie *Pigment/Farba (Pigment)*.


Ostatnim narzędziem, o którym opowiem w tej sekcji, jest *Barwa/Nasylenie (Hue/Saturation)*. Pozwala ono na modyfikowanie kolorów na dokumencie, a także tworzenie monochromatycznych obrazów, np. w sepii czy cyjanotypii. Jeśli chcesz przywołać to narzędzie bez tworzenia warstwy dopasowania, skorzystaj ze skrótu *Ctrl+U* (na macu *Cmd+U*) lub w panelu *Dopasowania (Adjustments)* wybierz ikonę .

Narzędzie to (rysunek 3.80) składa się z trzech suwaków: *Barwa (Hue)* służy do zmiany kolorów, *Nasylenie (Saturation)* — do zmiany nasycenia, a *Jasność (Lightness)* — do zmiany jasności. Z suwaka *Jasność (Lightness)* nie będziemy korzystać z uwagi na jego często destruktywne działanie.

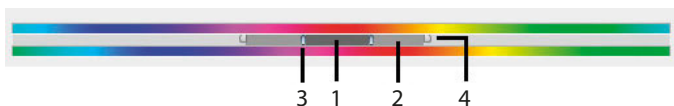


**Rysunek 3.80.** Okno Barwa/Nasylenie (Hue/Saturation):  
1 — zakres kolorów do zmiany,  
2 — intuicyjna zmiana kolorów,  
3 — opcja do tworzenia monochromatycznych obrazów,  
4 — paski kontroli zakresu koloru wybranego w punkcie 1.

*Barwa (Hue)* reprezentuje koło barw rozłożone na linii. Modyfikując położenie uchwytu suwaka, obracamy tym kołem i jednocześnie zmieniamy kąt położenia punktu zero. Zatem to, co kiedyś było na zdjęciu czerwone, po zmianie ustawienia (obrocie koła) może być zielone. Samo to nie będzie tak bardzo użyteczne jak połączenie tego suwaka z ustawieniem zakresu kolorów. Domyślnie jest on ustawiony na *Oryginał (Master)*, czyli teraz narzędzie zmienia wszystkie kolory. Jeśli natomiast przełączymy się na dowolny kolor, np. *Niebieskozielone (Cyans)*, będziemy modyfikowali na zdjęciu jedynie seledyny i jasne błękity. Działa to podobnie jak zakładka *HSL/Skala szarości (HSL/Grayscale)* we wtyczce Camera Raw. Suwak *Nasylenie (Saturation)* również będzie działał tylko w odniesieniu do kolorów wskazanych w ustawieniu zakresu.

Jeżeli masz problem z identyfikacją koloru na dokumencie, kliknij w ikonę , a następnie kliknij oraz przeciągnij wybrany kolor na dokumencie. Narzędzie *Barwa/Nasylenie (Hue/Saturation)* samo zidentyfikuje kolor i będzie go zmieniać. Inną metodą jest wybranie zbliżonego zakresu kolorów z górnego menu i dopasowanie tego zakresu na dolnym pasku (rysunek 3.81). Przeciągając za granice ciemniejszego pola, zmieniasz zakres stuprocentowej obróbki tym narzędziem. Jaśniejsze pola odpowiadają za przejście obróbki od pełnej do zerowej.

Jeśli chcesz stworzyć obraz monochromatyczny, zaznacz opcję *Koloruj (Colorize)*, ustaw kolor suwakiem *Barwa (Hue)*, a na koniec ustaw jego natężenie suwakiem *Nasylenie (Saturation)*.



**Rysunek 3.81.** Pasek zakresu koloru: 1 — obszar pełnej obróbki, 2 — obszar wygaszania obróbki, 3 — uchwyt modyfikacji pełnej obróbki, 4 — uchwyt modyfikacji krańców obróbki

Do czego można wykorzystać to narzędzie w praktyce? Na przykład do szybkiej zmiany koloru produktu. Jeśli masz kilka wersji kolorystycznych, prawdopodobnie wystarczy jedno zdjęcie, a potem zamiana kolorów w Photoshopie. Ja tak robię z naklejkami na klawiaturę. W przypadku naklejek z gradientami dodaję sześć warstw korekcyjnych z narzędziem *Barwa/Nasylenie (Hue/Saturation)* dla każdego rzędu klawiszy. Potem maskuję każdą warstwę, by zmieniała kolory tylko na konkretnych klawiszach (rysunek 3.82).



**Rysunek 3.82.** Klawiatura z naklejką w różnych barwach, pokolorowana warstwami korekcyjnymi z nadanym dopasowaniem *Barwa/Nasylenie (Hue/Saturation)* i maskami tych warstw



### 3.5.5. Retuszowanie niedoskonałości [video]



Prawie na każdym zdjęciu będzie coś do poprawienia: paproch, kurz, plama na ścianie, pieprzyk i tak dalej. W Photoshopie mamy mnóstwo narzędzi służących do korekcji takich niedoskonałości, ale my skupimy się na najważniejszych, z których w praktyce korzysta się najczęściej.

**UWAGA:** *Uwzględnianie zawartości (Content Aware)* to technologia firmy Adobe do rozpoznawania zawartości zdjęć. Dla nas, użytkowników Photoshopa, to magia, która pozwala mu podejmować inteligentne decyzje przy wymianie zawartości fragmentu fotografii lub po prostu retuszu. Niektóre narzędzia same w sobie działają w trybie *Uwzględnianie zawartości (Content Aware)*, inne natomiast mają ten tryb jako opcję, np. narzędzie *Łatka (Patch)*.



*Wypełnienie z uwzględnieniem zawartości (Content Aware Fill)* pozwala zaznaczyć fragment zdjęcia i wymienić go na inny obszar obecny na tym zdjęciu. To narzędzie jest świetne do usuwania plam ze ścian, drobnych defektów z tkanin i skóry, chmur z nieba. Będzie działać dobrze, jeśli wymieniany obszar znajduje się wewnątrz większego, jednolitego obszaru, np. chmura na niebie, małe graffiti na murze itp. Narzędzie nie będzie działać właściwie, jeżeli otoczenie zaznaczonego obszaru jest „zagrane” różnymi obiektami, kolorami i fakturami (rysunek 3.83).




**Rysunek 3.83.** Usuwanie przedmiotów ze zdjęcia za pomocą narzędzia Wypełnienie z uwzględnieniem zawartości (Content Aware Fill). W przypadku małych przedmiotów (różowa sakiewka) narzędzie radzi sobie dobrze, ponieważ ma dostateczny obszar, z którego może wziąć materiał naprawczy. W przypadku słuchawek narzędzie produkuje efekt niezadowolający — obiekt był za duży i nie było go czym zastąpić

Aby skorzystać z narzędzia, najpierw trzeba zaznaczyć obszar, który chcemy wymienić. Robi się to albo narzędziem *Zaznaczanie (Marquee)*, prostokątnym lub eliptycznym, albo narzędziem *Lasso (Lasso)*, jeśli mamy mało miejsca i musimy dokładnie objechać obiekt. Otwórz z materiałów ćwiczeniowych plik *klawiatuura\_roz.psd*. Narzędziem *Zaznaczanie (Marquee)*  kliknij i przeciągnij obszar zaznaczenia bądź narzędziem *Lasso (Lasso)*  kliknij i objeżdż obiekt, kończąc w punkcie startu i zwalniając lewy przycisk myszy.


Mając takie zaznaczenie, wejdź w menu *Edycja (Edit)* i wybierz polecenie *Wypełnij (Fill)* lub skorzystaj ze skrótu *Shift+F5* (skrót może nie działać na macach, jeśli klawisz *F5* obsługuje podświetlenie klawiatury). W oknie dialogowym, na liście *Użyj (Use)*, wybierz opcję *Uwzględnianie zawartości (Content Aware)*. Kliknij *OK*. Photoshop spróbuje teraz wymienić zaznaczony obszar, korzystając z innych dostępnych miejsc na zdjęciu. Niestety to narzędzie ma jedną sporą wadę — nie możemy kontrolować, skąd i w jaki sposób Photoshop wymienia obszar. Jeżeli efekt nie jest zadowalający, cofamy to polecenie (*Ctrl+Z*, na macu *Cmd+Z*) i stosujemy inne metody.

**WSKAZÓWKA:** Od wersji CS6 Photoshopa istnieje narzędzie, dzięki któremu mamy kontrolę nad tym, skąd Photoshop bierze obszar do wymiany. Kliknij i przytrzymaj lewy przycisk myszy na narzędziu *Punktowy pędzel korygujący (Spot Healing Brush)*  i z podmenu wybierz narzędzie *Łatka (Patch)* . W pasku opcji narzędzia zmień ustawienie *Łatka (Patch)* ze *Zwykły (Normal)* na *Uwzględnianie zawartości (Content Aware)*. Teraz kliknij na dokumencie i przeciągnij, aby zaznaczyć obszar, który chcesz wymienić. Następnie kliknij wewnątrz tego zaznaczenia i przeciągaj w kierunku obszaru, którym chcesz „zamalować” starą zawartość obszaru zaznaczonego. Zwolnij lewy przycisk myszy, a Photoshop wymieni obszar na wybrany. Możesz także ustawić, jak bardzo obszar źródłowy ma wpływać na obszar wymieniany. Służy do tego opcja *Dopasowanie (Adaptation)*, która domyślnie ustawiona jest na *Średni (Medium)*. Jeśli chcesz, by obszar wymieniany nie wpływał zbyt mocno na efekt końcowy, wybierz opcję *Ścisłe (Strict)* lub *Bardzo ścisłe (Very Strict)*, a jeżeli wręcz przeciwnie, wybierz *Luźne (Loose)* albo *Bardzo luźne (Very Loose)*.

Jeśli chcemy wyretuszować drobne zmiany i niedoskonałości, typu pieprzyk, pryszcz, paproch, plamka, narzędziem pierwszego wyboru będzie *Pędzel korygujący (Healing Brush)*. Kliknij i przytrzymaj lewy przycisk myszy na narzędziu *Punktowy pędzel korygujący (Spot Healing Brush)* i wybierz *Pędzel korygujący (Healing Brush)* . Korzystanie z tego narzędzia jest dwuetapowe: najpierw wskazujemy obszar źródłowy, z którego Photoshop ma brać materiał do zamiany, a potem zamalowujemy obszary, które chcemy wyretuszować.

Aby wybrać miejsce źródłowe, wciśnij klawisz *Alt* (na macu *Opt*) i kliknij w żądanym miejscu. Kiedy zaczniesz retuszować, Photoshop rozpocznie pobieranie materiału zastępczego z tego miejsca. Zwolnij *Alt*, ustaw rozmiar pędzla na nieco

większy niż defekt, który chcesz usunąć (skorzystaj z klawiszy [ i ] do zmiany rozmiaru pędzla), i zamaluj go. Photoshop wymieni zamalowany obszar na ten, który zaznaczyłeś wcześniej. Podczas pracy uważaj na defekty znajdujące się blisko wyraźnych krawędzi — narzędzie może wtedy produkować niepożądane efekty. Do takich miejsc lepiej nadaje się narzędzie *Stempel (Clone Stamp)*.

*Stempel (Clone Stamp)* działa niemal identycznie jak *Pędzel korygujący (Healing Brush)*, z tą różnicą, że zamiast kopiować i mieszać obszar retuszowany z tłem, po prostu go kopiuje. Wybierz narzędzie *Stempel (Clone Stamp)*  lub wciśnij klawisz *S*. Jeżeli masz defekt blisko bądź na wyraźnej krawędzi lub chcesz zachować cienkie linie — np. linie energetyczne, krawędź kartki albo włosy — zaznacz obszar źródłowy w tej samej odległości od krawędzi co obszar z defektem, ale nieco z boku. Potem zamaluj defekt, zaczynając od tej samej odległości co w przypadku obszaru źródłowego [będzie Ci łatwiej, bo pędzel narzędzia *Stempel (Clone Stamp)* daje podgląd] — w ten sposób wyrównasz krawędź i unikniesz jej przesunięcia w korygowanym miejscu.

Żeby przetestować te trzy narzędzia w praktyce, usuniemy z naszego zdjęcia telefon. Jest on dość spory, a ponadto zakrywa kawałek kartki, którą będziemy musieli odtworzyć.



**Rysunek 3.84.** Zdjęcie po usunięciu telefonu. Zwróć uwagę na dziwne obszary ciemniejszego tła

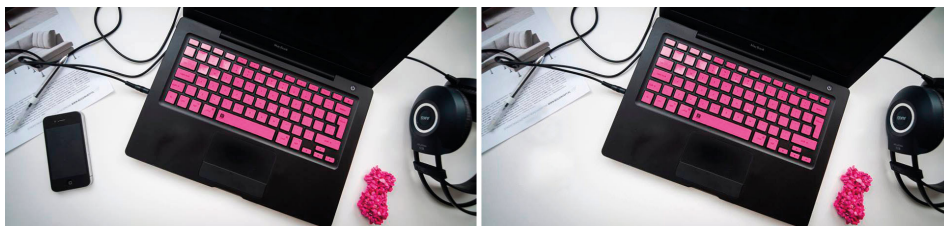
1. Wybierz narzędzie *Łatka (Patch)* i w 2 – 3 krokach usuń telefon (rysunek 3.84).



**Rysunek 3.85.** Poprawiony blat stołu; do odtworzenia pozostaje kartka papieru

2. Wybierz narzędzie *Pędzel korygujący (Healing Brush)* i zamaluj zbyt ciemne lub zbyt jasne partie stołu, które powstały w wyniku działań z kroku 1. (rysunek 3.85).

3. Wybierz narzędzie *Stempel (Clone Stamp)* i ustaw punkt źródłowy na krawędzi kartki z lewej strony od „dziury”. Ostrożnie zamaluj kartkę, zaczynając od krawędzi. Powtórz ten proces, pobierając materiał od prawej strony. Jeśli tworzą się zbyt duże przejścia tonalne, dostosuj przezroczystość stempla, modyfikując tę wartość w pasku opcji narzędzia, pole *Krycie (Transparency)*.
4. Gotowe (rysunek 3.86).

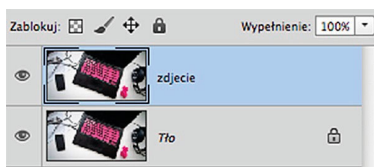


**Rysunek 3.86.** Porównanie zdjęcia początkowego i zdjęcia po wycięciu telefonu

### 3.5.6. Wyostrzenie i redukcja potrząśnień [wideo]

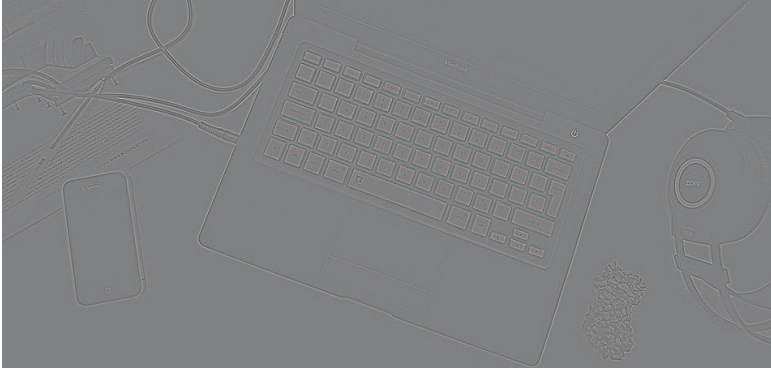
W Photoshopie istnieje całe podmenu z narzędziami do wyostrzania zdjęć, ale ja pokażę Ci technikę, za pomocą której wyostrzam od lat — Tobie też polecam jej stosowanie. Technika jest prosta, edytowalna i daje piękny efekt.

1. W panelu *Warstwy (Layers)* skopiuj warstwę ze zdjęciem do nowej warstwy. Najłatwiej to zrobić, zaznaczając tę warstwę i korzystając ze skrótu *Ctrl+J* (na macu *Cmd+J*). Zaznacz w panelu nową warstwę — musi być aktywna, by kolejne czynności zadziały (rysunek 3.87).




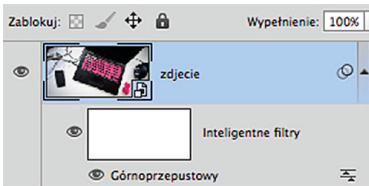
**Rysunek 3.87.** Zaznaczona kopia warstwy tła

2. Wejdź w menu *Filtr/Inne (Filter/Other)* i wybierz polecenie *Górnoprzepustowy (High Pass)*. Ustaw suwak *Promień (Radius)* na niską wartość, przy której będziesz w stanie zauważyć wszystkie krawędzie na zdjęciu (rysunek 3.88). Jeśli widzisz jasne plamy, tzw. halo, wartość jest zbyt duża. W większości przypadków odpowiednia będzie wartość od 0,5 do 3 pikseli. Kliknij *OK*.
3. Przejdź do panelu *Warstwy (Layers)* i z listy, na której widnieje *Zwykły (Normal)*, wybierz *Nakładkę (Overlay)*. Voilà — Twoje zdjęcie zostało wyostrene. Jeżeli efekt jest zbyt mocny, zmniejsz przezroczystość warstwy, modyfikując wartość pola *Krycie (Opacity)*.



**Rysunek 3.88.** Zdjęcie z nadanym filtrem górnoprzepustowym o prawidłowym natężeniu

4. Jeśli chcesz zrobić to samo, ale przy pomocy filtrów inteligentnych, zaznacz warstwę ze zdjęciem. Nie może to być warstwa *Tło* (*Background*). Jeżeli jest, kliknij na niej dwukrotnie i w okienku kliknij *OK*. Teraz wejdź w menu *Filtr/Konwertuj na inteligentne filtry* (*Filter/Convert to Smart Filters*). Kiedy wyskoczy okienko, kliknij *OK*. Przejdź z powrotem do kroku 2. i wykonaj go. Następnie przejdź do warstwy ze zdjęciem i kliknij w ikonkę . W oknie dialogowym ustaw na liście *Tryb* (*Mode*) pozycję *Nakładka* (*Overlay*). Kliknij *OK*. Jeśli efekt jest zbyt mocny, wejdź ponownie w to okno i zmniejsz wartość pola *Krycie* (*Opacity*) — rysunek 3.89.

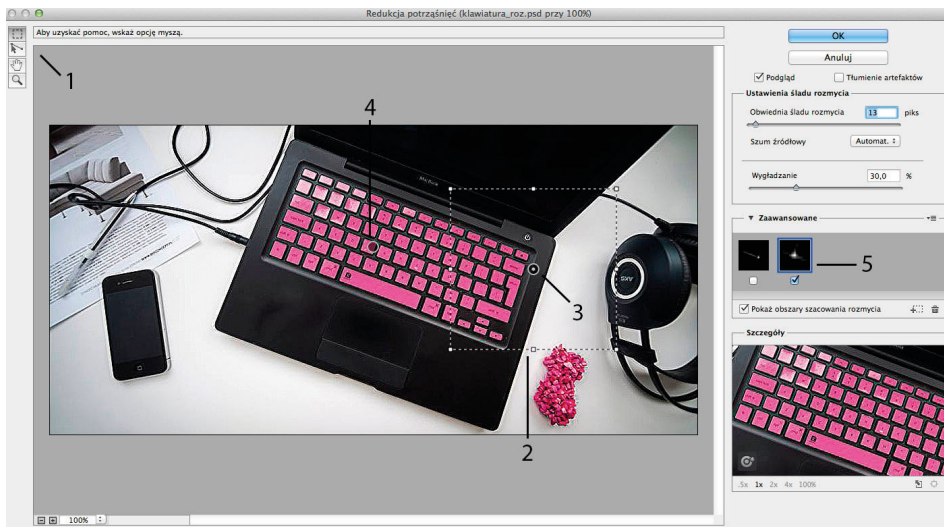


**Rysunek 3.89.** Efekt w wersji niedestruktywnej

W Photoshopie CC dodano nowe narzędzie, o nazwie *Redukcja potrząśnięć* (*Shake Reduction*), służące dokładnie temu — usuwaniu drobnych poruszeń i rozmyć na zdjęciu. Stoję na stanowisku, że zamiast używać takich narzędzi, powinno się tworzyć zdjęcia nieporuszone — jeżeli to konieczne, nawet ze statywu. Jeśli jednak z jakiegoś powodu zdjęcie jest poruszone (lekko), możemy je naprawić właśnie tym narzędziem.

Wejdź w menu *Filtr/Wyostrzanie* (*Filter/Sharpen*) i wybierz polecenie *Redukcja potrząśnięć* (*Shake Reduction*). Otworzy się spore okno dialogowe narzędzia (rysunek 3.90) i zostanie zastosowane automatyczne wyostrzanie. W oknie podglądu poczekaj, aż zniknie trójkąt ostrzegawczy — to informacja, że Photoshop wyrenderował już rzeczywisty wygląd zdjęcia po wyostrzaniu. Aby zrozumieć, jak to narzędzie działa, kliknij w sekcję *Zaawansowane* (*Advanced*). Rozwinie się lista próbek rozmycia, a na podglądzie zdjęcia zobaczysz kwadratowe zaznaczenie.





**Rysunek 3.90.** Okno narzędzia Redukcja potrząśnięć (Shake Reduction): 1 — narzędzie szacowanie rozmycia, 2 — aktywny obszar próbki, 3 — uchwyt do przesuwania próbki, 4 — nieaktywna próbka, 5 — podglądy próbek

Redukcja potrząśnięć potrzebuje do pracy tzw. obszaru szacowania rozmycia — obszaru zdjęcia z wyraźnymi krawędziami, które w idealnym przypadku powinny być ostre. Photoshop szacuje różnicę pomiędzy tym, co jest, a tym, co powinno być, i na tej podstawie wyostrza zdjęcie. Domyślny spory kwadrat często nie jest najlepszym wyborem, dlatego odznacz ten obszar, przejdź do podglądu i zaznacz domyślnym narzędziem — *Szacowanie rozmycia* (*Blur Estimation*) — obszar, gdzie są wyraźne krawędzie i szczegóły. Poczekaj na wyrenderowanie efektu. Jeśli jest on zbyt mocny lub zbyt słaby, spróbuj przesunąć zaznaczenie w inne miejsce, klikając i przeciągając za środkowe kółko, albo poeksperymentuj z suwakami *Obwiednia śladu rozmycia* (*Blur Trace Bounds*) i *Wyglądanie* (*Smoothness*).


### 3.5.7. Wycinanie produktu z tła za pomocą szybkiego zaznaczania [wideo]

Zaznaczanie i wycinanie obiektów z tła w Photoshopie to prawdziwa sztuka, która wymaga — poza odpowiednią wiedzą — także nieco doświadczenia i praktyki. Zdecydowałem się omówić trzy narzędzia do zaznaczania obiektów, które pozwolą na wykonanie zadania możliwie najszybciej i najlepiej. Możesz teraz zapytać: „Skoro chcę wyciąć obiekt z tła, czemu piszesz o zaznaczaniu?”. Ponieważ zanim coś wytniemy, musimy to prawidłowo zaznaczyć. Poniższa tabela 3.2 pokazuje prawdopodobne scenariusze i optymalne narzędzia do użycia.

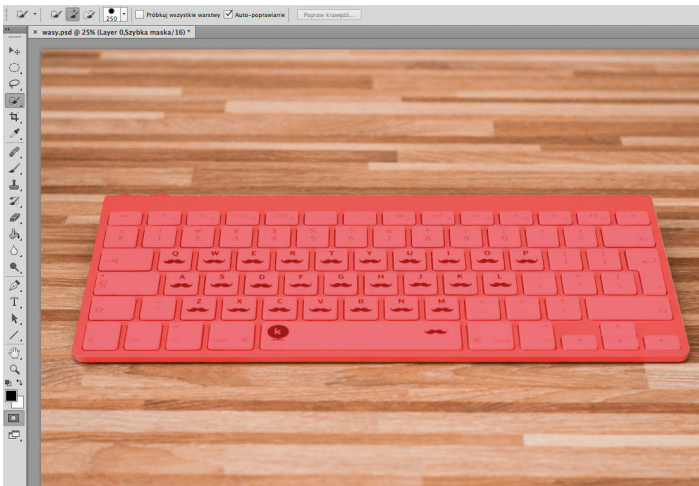


**Tabela 3.2.** Najlepsze narzędzia do wycinania obiektów w typowych scenariuszach

Scenariusz	Najlepsze narzędzie
Obiekt na tle koloru innego niż kolory obiektu	Zakres kolorów ( <i>Color Range</i> )
Obiekt o wyraźnych krawędziach na mniej więcej jednolitym tle	Szybkie zaznaczanie ( <i>Quick Selection</i> )
Jednolity obiekt na skomplikowanym tle w kolorach niewystępujących na obiekcie	Zakres kolorów ( <i>Color Range</i> ) Szybkie zaznaczanie ( <i>Quick Selection</i> )
Obiekt na skomplikowanym tle	Lasso ( <i>Lasso</i> )

*Szybkie zaznaczanie (Quick Selection)* pozwala zaznaczyć piksele o podobnej jasności i kolorze. Zaletą tego narzędzia jest łatwość użycia i wykrywanie krawędzi obiektów. W przyborniku kliknij na narzędzie *Różdżka (Magic Wand)* i z rozwijanej listy wybierz narzędzie *Szybkie zaznaczanie (Quick Selection)*  (skrót *W*). Tak naprawdę dostaniesz do dyspozycji pędzel; będziesz nim klikać lub przeciągać na obszarze, który chcesz zaznaczyć. Otwórz teraz z plików ćwiczeniowych dokument *wasy.psd*. Tło tutaj nie jest jednolite, ale za to spore, więc możesz zwiększyć rozmiar pędzla, wciskając kilkakrotnie klawisz *J*. W pasku opcji narzędzia zaznacz opcję *Auto-poprawianie (Auto-Enhance)*, co pozwoli stworzyć lepsze krawędzie selekcji.

Teraz po prostu kliknij na obszar, który chcesz zaznaczyć. Zauważysz tzw. mazerujące mrówki, wskazujące obszar powstałego zaznaczenia. Klikając obok, będziesz dodawał kolejne obszary do zaznaczenia. Możesz też kliknąć i przeciągnąć, by od razu zaznaczyć spory obszar. Czasami trudno określić, co jest już zaznaczone, a co nie. Świetnym narzędziem do podglądu zaznaczeń jest *Szybka maska (Quick Mask)*. Żeby ją wywołać, wciśnij klawisz *Q*. Wszelkie obszary z naniesioną różową nakładką symbolizują obszary niezaznaczone. Te pozbawione nakładki są zaznaczone (rysunek 3.91).



**Rysunek 3.91.**  
Wycinany obiekt z włączoną szybką maską. W tej chwili jedynym niezaznaczonym obiektem jest klawiatura

Zauważ, że przy tworzeniu zaznaczeń narzędziem *Szybkie zaznaczanie* (*Quick Selection*) Photoshop, napotykać krawędzie lub inne kolory, omija je. Jeśli jednak zaznaczył coś, czego nie chcesz, wciśnij klawisz *Alt* (na macu *Opt*) i kliknij w obszar, którego nie chcesz w selekcji. Wciśnięcie *Alt* powoduje usuwanie z zaznaczenia. Jeśli chcesz odznaczyć wszystko i zacząć od nowa, wciśnij *Ctrl+D* (na macu *Cmd+D*). W naszym przypadku tło na tyle różni się od przedmiotu, że nie musimy nic odejmować od zaznaczenia.

Zaznaczyliśmy tło, więc jeżeli chcemy wyciąć produkt, to musimy odwrócić selekcję. Skorzystaj ze skrótu *Ctrl+Shift+I* (na macu *Cmd+Shift+I*). Teraz, mając zaznaczony przedmiot, zastosuj skrót *Ctrl+J* (na macu *Cmd+J*), który oryginalnie służy do kopiowania warstw. Jako że podczas kopiowania mamy aktywne zaznaczenie, do nowej warstwy skopiują się tylko zaznaczone piksele. Mówiąc wprost — wytniemy przedmiot do nowej warstwy (rysunek 3.92).

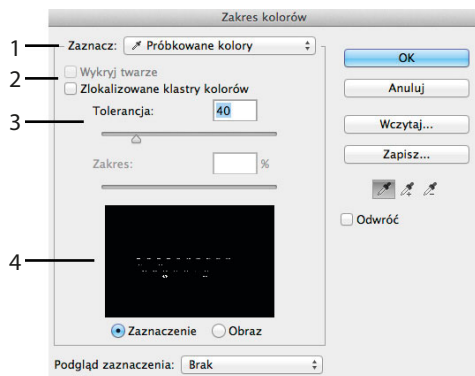


**Rysunek 3.92.** Wycięty przedmiot. Warstwa pierwotna została ukryta w celu pokazania, że przedmiot jest w istocie wycięty z tła (szachownica oznacza przezroczyste piksele)

### 3.5.8. Wycinanie produktu z tła za pomocą zakresu kolorów [wideo]

*Zakres kolorów* (*Color Range*) jest najpotężniejszym narzędziem do zaznaczania w Photoshopie i w niektórych scenariuszach najlepszym wyborem. Jak sama nazwa wskazuje, narzędzie zaznacza obszary o podobnych kolorach. Z tego powodu świetnie nadaje się do wycinania skomplikowanych obiektów ze skomplikowanych tła, pod warunkiem że mają one różne kolory.

Aby uruchomić narzędzie, wejdź w menu *Zaznacz* (*Select*), w Photoshopie CC *Zaznaczanie* (*Select*), i wybierz polecenie *Zakres kolorów* (*Color Range*) — rysunek 3.93. Narzędzie domyślnie działa w trybie *Próbkowane kolory* (*Sampled Colors*), czyli zaznacza te kolory, które wskażemy mu na dokumencie. Zauważ, że kiedy wyjedziesz poza okno dialogowe na dokument, kursor zmienia się w pipetę, co oznacza, iż Photoshop chce wskazania koloru.

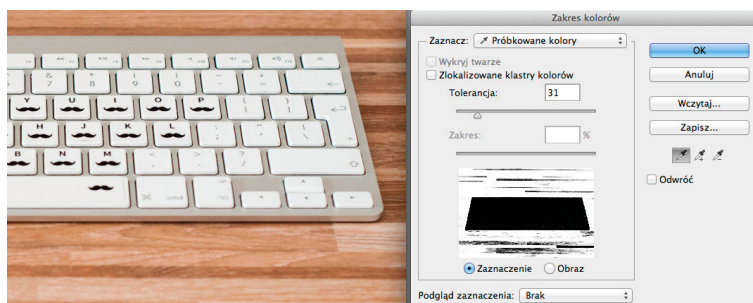


**Rysunek 3.93.** Okno Zakres kolorów (Color Range):  
1 — tryb wskazywania kolorów, 2 — opcje, 3 —  
suwak tolerancji, 4 — podgląd zaznaczenia

Aby zaznaczyć dany obszar, po prostu kliknij. W oknie dialogowym *Zakres kolorów* (*Color Range*) pojawi się zmiana w dotychczas czarnym podglądzie. Ten podgląd pokazuje, które piksele są zaznaczone, a które nie. Czerni oznacza brak zaznaczenia, biel — zaznaczenie całkowite, a szarość — zaznaczenie częściowe<sup>1</sup>. Zauważ też, że kiedy wskazujesz myszą dany kolor, narzędzie zaznacza wszystkie piksele tego albo zbliżonego koloru na dokumencie, nawet jeśli nie sąsiadują one z klikniętym obszarem.

Jeżeli chcesz dodać kolejne kolory do zaznaczenia, klikaj z wciśniętym klawiszem *Shift*, a jeśli chcesz odjąć od zaznaczenia — z klawiszem *Alt* (na macu *Opt*).

Mniej więcej w tym momencie powinieneś zauważyć pewną niedogodność. Owszem, zaznaczasz kolory, ale na podglądzie te płaszczyzny nie są jednolite — pełno tam szumu i niezaznaczonych obszarów. Aby zwiększyć zakres zaznaczania kolorów (zaznaczać kolory mniej podobne do tego wskazanego), posłuż się suwakiem *Tolerancja* (*Fuzziness*). Im większa wartość, tym więcej swobody ma *Zakres kolorów* (*Color Range*) przy zaznaczaniu. Ustaw taką wartość, żeby uzyskać gładkie, białe obszary tam, gdzie ich potrzebujesz (rysunek 3.94).



**Rysunek 3.94.** Tło zaznaczone tło za pomocą zakresu kolorów. Pozostałe niezaznaczone obszary tła, znajdujące się z dala od krawędzi przedmiotu, można łatwo zaznaczyć lassem

1. Tak, w Photoshopie piksel może być „częściowo” zaznaczony. Nie chodzi tu o to, że w połowie jest zaznaczony, a w połowie nie. Jeśli piksel jest zaznaczony w, powiedzmy, 50%, oznacza to, że zostanie on zaznaczony z 50-procentową intensywnością jasności i koloru piksela oryginalnego.


**WSKAZÓWKA:** Zaznaczanie narzędziem Zakres kolorów (*Color Range*) często wymaga dalszego dopracowania. Jeśli nie jesteś w stanie zaznaczyć całego tła lub obiektu, to wykonaj zaznaczenie, które obejmie przynajmniej całość krawędzi obiektu. Pozostałe obszary możesz łatwo dodać do zaznaczenia albo od niego odjąć, wykorzystując *Lasso (Lasso)*.

**WSKAZÓWKA:** Jeżeli nie chcesz zaznaczać wszystkich pikseli o danym kolorze, a jedynie sąsiadujące z miejscem, gdzie kliknąłeś, zaznacz opcję *Zlokalizowane klastry kolorów (Localized Color Clusters)*. Jeśli chcesz zaznaczyć na zdjęciu twarz, zaznacz opcję *Wykryj twarze (Detect Faces)*.

**WSKAZÓWKA:** Mówiłem o tym, że Zakres kolorów (*Color Range*) działa domyślnie w trybie *Próbkowane kolory (Sampled Colors)*. Możemy to zmienić. Narzędzie zawiera opcje do zaznaczania konkretnych kolorów. Rozwiń listę — możesz zaznaczyć dany kolor, zakres jasności, a nawet *Tony karnacji (Skin Tones)*.

### 3.5.9. Wycinanie produktu z tła za pomocą narzędzia Lasso (*Lasso*)

Kiedy wszystko inne zawiedzie, do zaznaczania używamy narzędzia *Lasso (Lasso)* (skrót *L*). Możemy nim zaznaczyć niemal wszystko, niezależnie od scenariusza. Jednym ograniczeniem w tym przypadku jest czas. Zaznaczanie lassem jest długotrwałe, dlatego powinno być ono stosowane do edytowania zaznaczeń lub — w ostateczności — do wykonywania całych zaznaczeń. Z drugiej strony, jeśli Twoje zdjęcie wymaga wycinania lassem, bo inne metody zawodzą, to masz problem ze zdjęciem, które jest źle wykonane.

Do robienia zaznaczeń lassem proponuję skorzystać z wersji tego narzędzia o nazwie *Lasso wielokątne (Polygonal Lasso)* . Pozwala ono tworzyć selekcję poprzez klikanie i nie wymaga — jak zwykle *Lasso (Lasso)* — ciągłego wciskania lewego przycisku myszy, co przy dużych i złożonych obiektach jest bardzo niewygodne. Aby wybrać *Lasso wielokątne (Polygonal Lasso)*, kliknij i przytrzymaj lewy przycisk myszy na narzędziu *Lasso (Lasso)*, a z podmenu wybierz drugą pozycję.

Zaznaczanie polega na klikaniu na krawędzi obiektów, a Photoshop przeprowadza pomiędzy tymi punktami linie proste. Należy tutaj uważać na gęstość klikania — jeżeli zrobimy to za rzadko, otrzymamy „kanciaste” zaznaczenie. Ogólna zasada jest następująca: im bardziej wijąca się krawędź, tym więcej klikania. Żeby zakończyć zaznaczanie, kliknij w pierwszy stworzony punkt.

**WSKAZÓWKA:** Jeśli Twój obiekt ma wyraźne krawędzie, możesz użyć narzędzia *Lasso magnetyczne (Magnetic Lasso)*, znajdującego się w tym samym podmenu co *Lasso wielokątne (Polygonal Lasso)*. Tym razem pomiędzy kliknięciami Photoshop rysowuje krawędź zaznaczenia zgodnie z przebiegiem krawędzi obiektu na zdjęciu. Pamiętaj, by klikać często przy nagłych zwrotach krawędzi — „magnetyczna moc” narzędzia działa dobrze tylko w przypadku w miarę prostych krawędzi i braku zaskakujących zwrotów kierunku.

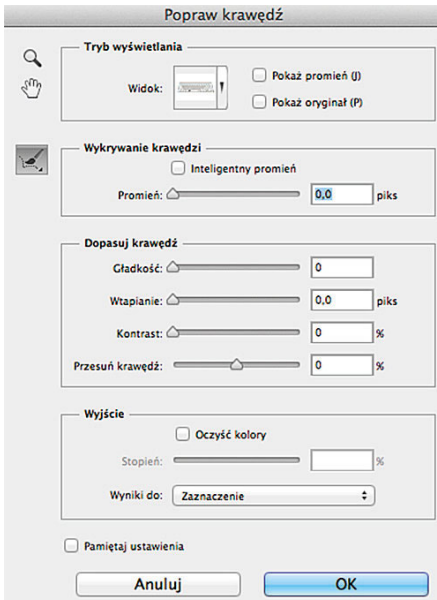
**WSKAZÓWKA:** *Lasso (Lasso)* jest świetnym narzędziem uzupełniającym dwa pierwsze: *Szybkie zaznaczanie (Quick Selection)* i *Zakres kolorów (Color Range)*. Pozwala np. szybko odznaczyć jakiś fragment obiektu, który został zaznaczony narzędziem *Zakres kolorów (Color Range)*, z uwagi na kolor podobny do koloru tła. Pamiętaj wtedy, aby rysować zaznaczenie z wciśniętym klawiszem *Alt*.

**WSKAZÓWKA:** Tak samo jak w przypadku zaznaczenia kolorów w narzędziu *Zakres kolorów (Color Range)*, jeśli wciśniesz *Shift* podczas tworzenia zaznaczenia narzędziem *Lasso*, będziesz dodawać do istniejącego już zaznaczenia, natomiast gdy wciśniesz *Alt* — odejmować od niego.

### 3.5.10. Poprawianie niedoskonałych krawędzi zaznaczenia

W Photoshopie CS6 dodano potężne i genialne narzędzie do dopasowywania krawędzi zaznaczenia. Mając wykonane zaznaczenie przy pomocy narzędzi



poznanych w poprzedniej sekcji, wejdź w menu *Zaznacz (Select)*, w Photoshopie CC *Zaznaczanie (Select)*, i wybierz *Popraw krawędź (Refine Edge)* — rysunek 3.95. Kiedy masz wybrane narzędzie zaznaczające, możesz też przejść do paska opcji narzędzia i kliknąć przycisk *Popraw krawędź (Refine Edge)* po prawej stronie.



**Rysunek 3.95.** Okno narzędzia *Popraw krawędź (Refine Edge)*

Narzędzie to pozwala modyfikować krawędzie zaznaczenia wymagające poprawek i udoskonalień. Jest to szczególnie przydatne w przypadku włosów, sierści lub obiektów półprzejrzystych bądź takich, na których odbija się kolor tła.

Na początek ustaw z listy *Widok (View)* pożądany tryb podglądu — proponuję wybrać *Na białym tle (On White)* — ponieważ podgląd na takim tle będzie pokazywać wygląd finalny zdjęcia packshotowego.

Podstawą działania narzędzia *Popraw krawędź (Refine Edge)* jest pędzel *Promień poprawiania (Refine Radius)* , do którego skrót znajduje się pod klawiszem *E*. Pędzlem tym zamalowujemy obszary, które należy ulepszyć; możemy np. pomalować po niezaznaczonych włosach, by dodać je do zaznaczenia. Wielkość pędzla zmieniamy klawiszami *[ i ]*. Jeśli chcesz coś odjąć od ulepszania, wykorzystaj skrót *Shift+E*, aby przełączyć się do pędzla *Wymazywanie poprawek (Erase Refinements)* .

Alternatywą dla malowania krawędzi są opcja *Inteligentny promień (Smart Radius)* i suwak *Promień (Radius)*. Opcja inteligentnego promienia powoduje automatyczne dopasowywanie się obszaru korekty krawędzi. Wyłącz tę opcję, jeżeli zaznaczany obiekt ma jednolicie wyraźną (ostrą lub rozmytą) krawędź. Zaznacz ją, jeśli krawędź zmienia się z ostrej na rozmytą albo na odwrót. Suwak *Promień (Radius)* ustawia rozmiar obszaru, w którym zachodzą korekty. Używaj małych wartości dla ostrych krawędzi i dużych dla krawędzi rozmytych. W przypadku naszego zdjęcia włączmy inteligentny promień i ustawmy suwak na wartość 3 pikseli.

Sekcja *Dopasuj krawędź (Adjust Edge)* pozwala dopasować samą krawędź zaznaczenia. Suwak *Gładkość (Smooth)* redukuje wszelkie nierówności w zaznaczeniu, co w efekcie daje płynniejsze krawędzie. Ustawmy tu wartość 50, żeby pozbyć się nierówności w dolnym cieniu. *Wtapianie (Feather)* rozmywa zaznaczenie, zaznaczając dodatkowe piksele na zewnątrz. Ustawmy tu wartość 8. *Kontrast (Contrast)* pozwala zwiększyć kontrast tzw. maski. Najpierw przełącz widok na tryb *Czarno-biały (Black & White)* — w idealnej sytuacji obiekt powinien być jednorodnie biały bądź czarny. Jeśli przy krawędziach są jakiegokolwiek szarości, zwiększaj wartość *Kontrast (Contrast)* do momentu usunięcia tych szarości. Suwak *Przesuń krawędź (Shift Edge)* pozwala przesunąć rozmytą krawędź zaznaczenia na zewnątrz lub do wewnątrz pierwotnej krawędzi. Wartości ujemne pomagają pozbyć się pojedynczych pikseli tła z zaznaczenia.

Końcowym etapem pracy z narzędziem poprawiania krawędzi jest sekcja *Wyjście (Output)*, w której określamy, w jaki sposób chcemy uzyskać wynik naszej pracy. Domyślnie będzie to *Zaznaczenie (Selection)*.

Jeżeli zaznaczany obiekt ma na sobie kolor światła odbitego od tła, zaznacz opcję *Oczyść kolory (Decontaminate Colors)*. To pozwala przywrócić oryginalne kolory obiektu bez zafarbu nadanego tłem. Suwak *Stopień (Amount)* umożliwia




dopasowanie siły usuwania koloru tła z obiektu. Jeśli zaznaczysz tę opcję, wynikiem działania narzędzia nie może być zaznaczenie, ale nowa warstwa z maską — z listy rozwijanej *Wyniki do (Output To)* wybierz *Nowa warstwa z maską warstwy (New Layer with Layer Mask)*. Sytuację po dopasowaniu zaznaczenia prezentuje rysunek 3.96. O maskach opowiem za chwilę.



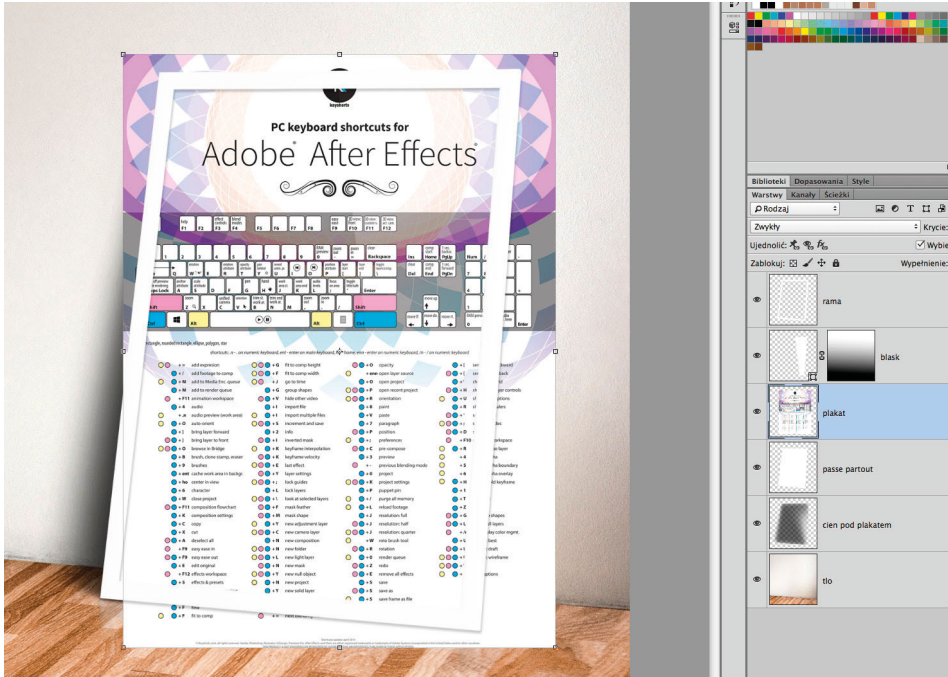
**Rysunek 3.96.** Klaviatura wycięta z tła. Ostatecznie uzyskana została warstwa z maską, którą następnie zmodyfikowałem lassem, by usunąć cień. Dodam też warstwę dopasowania Barwa/Nasylenie (Hue/Saturation), dzięki której zlikwidowałem zafarb. Gotowe rozwiązanie znajdziesz w pliku `wasy_wyciete.psd`

### 3.5.11. Fotomontaże i maski [wideo]

Fotomontaż to dziedzina sztuki, którą kultywowano już na początku XX wieku, ręcznie nanosząc na zdjęcia poprawki i łącząc ze sobą błony światłoczułe. Dziś w Photoshopie można to robić znacznie prościej i dokładniej, ale ja — dla potrzeb e-commerce — powiem tu o kilku wybranych aspektach tej dziedziny. Przede wszystkim musisz wiedzieć, jak łączyć ze sobą zdjęcia i grafiki, jak przenosić jeden dokument do drugiego, a także jak modyfikować położenie warstw.

Z przybornika wybierz narzędzie *Przesunięcie (Move)* , które ma skrót w postaci klawisza *V*. Otwórz dwa dokumenty: `poster_mockup.psd`, i `poster_ae.psd` z plików ćwiczeniowych. W celach ćwiczeniowych przenieśmy plakat z pliku `poster_ae.psd` do mockupu. Mając wybrane narzędzie *Przesunięcie (Move)*, kliknij na plakat i przeciągnij go do zakładki z tytułem mockupu. Poczekaj, aż mockup się uaktywni, zjedź na dokument i upuść lewy przycisk myszy. Voilà — właśnie przenieś jeden dokument do drugiego. Zauważ, że dołączony dokument ma postać nowej warstwy (rysunek 3.97).

Jeżeli chcesz zmienić położenie jednej warstwy względem innej, zaznacz ją, a następnie kliknij na dokumencie i przeciągnij, by w końcu upuścić warstwę w nowym położeniu. Jeśli podczas klikania na dokument nieopatrznie zaznaczyła się inna warstwa, oznacza to, że w pasku opcji narzędzia masz zaznaczoną opcję *Auto-zaznaczanie (Auto-Select)*. Odznacz ją. Jest ona przydatna wtedy, gdy chcesz szybko zaznaczać warstwy lub grupy warstw i przenosić je. Musimy najpierw przenieść nasz plakat w odpowiednie miejsce. Kliknij na warstwę z plakatem i przeciągnij ją pomiędzy warstwy cień pod plakatem a blask.



Rysunek 3.97. Plakat przeniesiony do mockupu. Musimy teraz pomniejszyć i dopasować plakat do ramy



Aby modyfikować warstwy — skalować je i obracać — wykorzystuje się narzędzie *Przekształć swobodnie* (*Free Transform*). Zaznacz w panelu *Warstwy* (*Layers*) żądaną warstwę (plakat), a następnie zastosuj skrót *Ctrl+T* (na macu *Cmd+T*). Jeśli wolisz korzystać z menu, wejdź w *Edycja/Przekształć swobodnie* (*Edit/Free Transform*). Warstwa zostanie otoczona obwiednią, za którą będziemy odpowiednio chwytać. Chwyając za środki boków, możemy rozciągać warstwę. Oddalając nieco kursor od obwiedni, możemy obracać warstwę poprzez klikanie i przeciąganie. W końcu możemy też skalować warstwę, chwyając za narożniki — proponuję robić to z wciśniętym klawiszem *Shift*, aby zachować proporcję warstwy. Pamiętaj, że Photoshop w głównej mierze pracuje na grafice rastrowej, zatem powiększanie warstw, o ile nie są to obiekty inteligentne lub tekst, jest błędem. Potrzebujemy tutaj pomniejszyć plakat, a następnie go zdeformować do perspektywy ramy. Służy do tego narzędzie *Zniekształć* (*Distort*), które znajdziesz w menu *Edycja/Przekształć* (*Edit/Transform*). To narzędzie pozwala niezależnie przesuwać narożniki warstwy (rysunek 3.98).

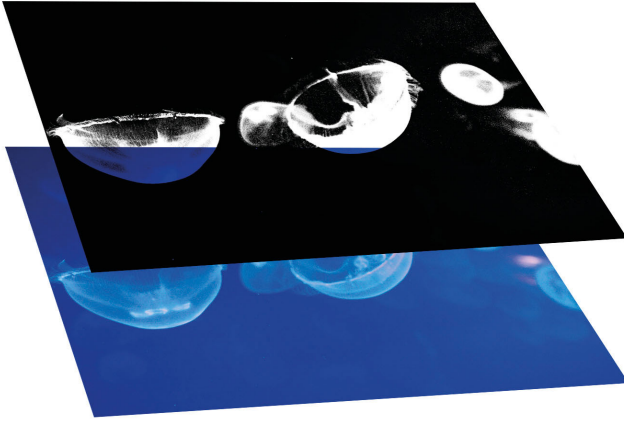


**Rysunek 3.98.** Warstwa plakatu dopasowana do perspektywy ramy dzięki narzędziu Zniekształć (Distort)

### 3.5.11.1. Maskowanie

Często zamiast wycinać obiekty z tła albo w inny sposób usuwać fragmenty warstw, maskuje się je, czyli ukrywa przed widokiem. Maski w Photoshopie przypominają maski używane w tradycyjnej ciemni fotograficznej, które były kartonami z wyciętymi dziurami. Przez te dziury przelatywało światło i doświetlało partie wywoływanych zdjęć. W Photoshopie wygląda to tak samo, ale maski są czarno-białe. Czerni działa jak karton — nie przepuszcza światła i widoczności warstwy, biel przepuszcza światło i w tym miejscu warstwa jest widoczna, a szarości symbolizują stan przejściowy, czyli półprzezroczystość (rysunek 3.99).

Aby stworzyć maskę warstwy, zaznacz żądaną warstwę w panelu *Warstwy (Layers)* i kliknij na ikonę tworzenia nowej maski . Nowa maska domyślnie jest biała, czyli przepuszcza wszystko. Klikając na miniaturkę maski, przechodzimy do jej edycji. Wybierz *Pędzel (Brush)*  lub wciśnij klawisz *B* i pomaluj fragment maski na czarno. Zobaczysz, że pomalowane na czarno obszary „znikają” z pola widzenia. Tak to działa. Jeśli zatem masz obiekt do wycięcia, lepszym sposobem niż wycięcie pikseli z tła jest wymaskowanie warstwy. Taką maskę możesz potem dopracować, korzystając z pędzla, a przy okazji nie usuwasz ostatecznie żadnych pikseli.



**Rysunek 3.99.** Idea maskowania w Photoshopie

W naszym plakacie musimy uzupełnić tło, ponieważ teraz prześwituje nam ściana i fragment podłogi. Pod warstwą z plakatem stwórz nową warstwę i dodaj do niej maskę. Wypełnij jej zawartość kolorem czarnym — skrót *Alt+Delete* (na macu *Opt+Backspace*). Robimy to, bo za chwilę będziemy wypełniać zaznaczenie bielą. Narzędziem *Lasso wielokątne* (*Polygonal Lasso*) zaznacz wewnętrzną część ramy i wypełnij to zaznaczenie bielą. Na końcu kliknij na miniaturkę warstwy i całą wypełnij bielą. Powinieneś uzyskać efekt jak na rysunku 3.100.



**Rysunek 3.100.** Gotowa grafika z wizualizacją plakatu

**WSKAZÓWKA:** Jeżeli chcesz tymczasowo wyłączyć działanie maski, wciśnij klawisz *Shift* i kliknij w miniaturę maski. Jeśli chcesz zobaczyć wygląd maski, wciśnij *Alt* (na macu *Opt*) i kliknij w miniaturę maski. Jeżeli chcesz usunąć maskę, zaznacz ją i kliknij w ikonę kosza. Jeżeli chcesz skopiować maskę do innej warstwy, wciśnij *Alt/Opt*, a następnie kliknij na miniaturę maski i przeciągnij ją do warstwy docelowej.

### 3.5.12. Znaki wodne

Znak wodny pozwala teoretycznie zabezpieczyć zdjęcie przed kradzieżą i wykorzystaniem go przez niepowołane osoby. W praktyce zdjęcia w internecie kradzione są cały czas i znaki wodne nikogo raczej przed tym nie powstrzymują. Jeśli już musisz mieć taki znak, zalecałbym stosowanie go na całym zdjęciu, i to jedynie w przypadku, gdy sprzedajesz produkty zewnętrznych producentów, które zapewne znajdują się też w innych sklepach internetowych. Jeżeli sprzedajesz własne, autorskie produkty i mają one np. widoczne logo, szansa kradzieży jest mała.

Jako znak wodny najczęściej wykorzystuje się powiększone logo, nazwę sklepu lub jego adres URL. Takie logo należy przenieść na dokument ze zdjęciem i „wtopić”. Najczęściej robi się to, zmniejszając przezroczystość [pole *Krycie (Opacity)* w panelu *Warstwy (Layers)*] albo zmieniając tryb krycia warstwy — tutaj zwykle wykorzystywana jest *Nakładka (Overlay)* lub *Łagodne światło (Soft Light)*. Spróbuj i zobacz, jak taki znak wodny będzie wyglądał na Twoich zdjęciach. Zastosuj przezroczystość i ewentualnie dwa poznane tryby krycia warstwy (rysunek 3.101).



**Rysunek 3.101.** Prosty znak wodny w postaci napisu z kryciem warstwy obniżonym do 10%





# 4.

---

## Tworzenie materiałów promocyjnych

Sklep internetowy to ciągle działania promocyjne w postaci reklam, wpisów na blogu czy postów w kanałach social media. Do tego wszystkiego potrzeba grafik promocyjnych lub banerów.

W tym rozdziale zobaczysz, jak stworzyć statyczny i animowany baner reklamowy, plansze do *sliderów* i tzw. *hero image* oraz jak przygotować promocyjny film wideo, reklamę do Google i ofertę sklepu w pliku PDF. Zaczynamy.

## 4.1. Statyczny baner reklamowy

Baner to reklama graficzna, która powinna zachęcać widza do jej kliknięcia i docelowo do przejścia do witryny sklepu albo innej strony, którą chcemy promować. Jeśli stworzysz banery wewnętrzne, czyli występujące tylko na Twoich stronach, możesz dopasować ich rozmiary do własnych potrzeb i specyfiki swoich stron. Jeżeli jednak stworzysz banery, które będą wyświetlane na innych stronach, dowiedz się, co jest konkretnie wymagane: jaki powinien być rozmiar i format pliku oraz czy baner może być animowany.

Jeśli nie otrzymałeś żadnych wytycznych, prawdopodobnie oznacza to, że właściciele strony, na której chcesz się promować, oczekują standardowych rozmiarów i formatów.

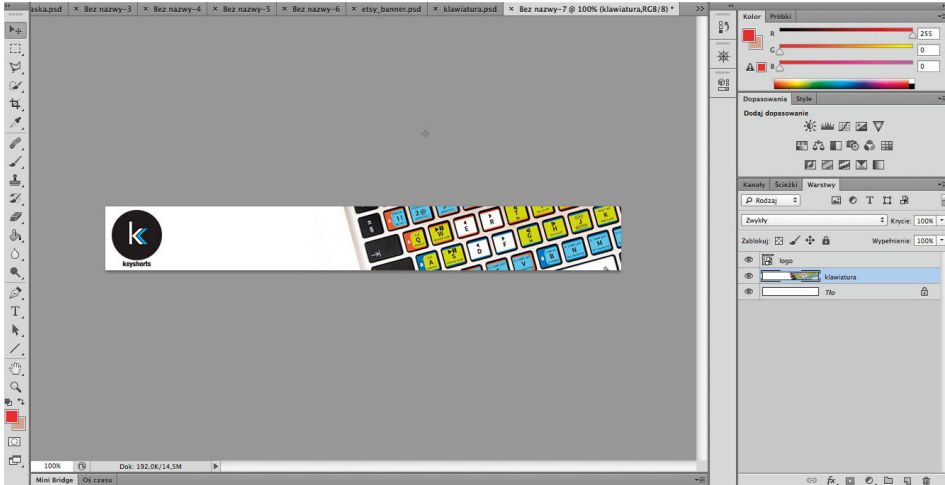
Poniższa tabela 4.1 prezentuje typowe formaty reklam internetowych oraz zalecaną wagę pliku GIF (domyślnego formatu dla statycznego banera). Zasadniczo istnieje podział na tzw. banery (leżące prostokąty o dłuższym boku poziomym), buttony (reklamy kwadratowe, szczególnie popularne na blogach) i skyscraperzy (reklamy pionowe).

**Tabela 4.1.** Rozmiary banerów najczęściej wykorzystywane w internecie


Rozmiar (w pikselach)	Popularna nazwa	Zalecana waga GIF (w kb)
728 x 90	Leaderboard	25
300 x 250	Medium Rectangle	25
180 x 150	Rectangle	15
160 x 600	Wide Skyscraper	20
125 x 125	Square Button	15

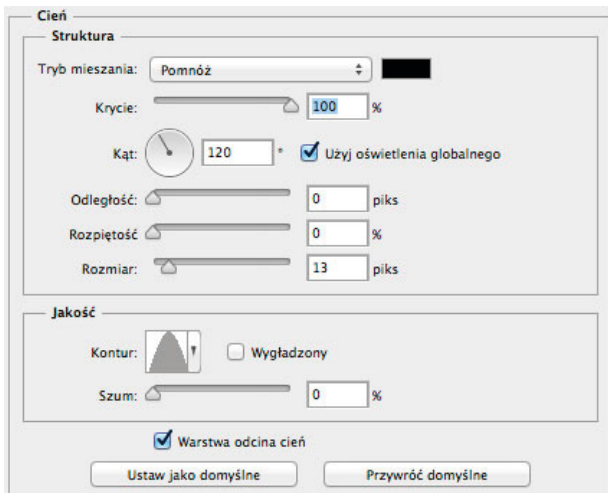
Stwórzmy zatem dwa banery: jeden statyczny, w najpopularniejszym formacie (*leaderboard*) i drugi — animowany, w formacie *wide skyscraper* (utworzymy go w kolejnym podrozdziale).

1. W Photoshopie stwórz nowy dokument (skrót *Ctrl+N*, na macu *Cmd+N*), w oknie dialogowym ustaw *Szerokość (Width)* na 728 pikseli i *Wysokość (Height)* na 90 pikseli, *Rozdzielczość (Resolution)* na standardowe 72 piksele na cal, z trybem kolorów RGB 8 bitów i przezroczystym tłem — *Zawartość tła: Przezroczysty (Background Contents: Transparent)*.
2. Z plików ćwiczeniowych w katalogu *Rozdział 4* otwórz pliki *logo.psd* i *klawiatura.psd*. Przenieś obie grafiki do dokumentu z banerem i zmodyfikuj je narzędziem *Edycja/Przekształć swobodnie (Edit/Free Transform)* do skali i położenia jak na rysunku 4.1.



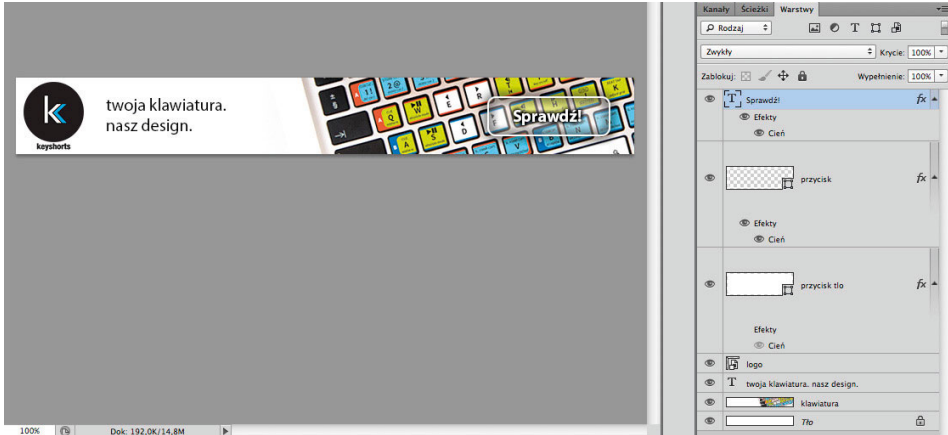
Rysunek 4.1. Baner statyczny ze wstawionym logo i grafiką

3. Wybierz narzędzie *Tekst (Type)* lub wciśnij klawisz *T*. Na prawo od logo utwórz napis *twoja klawiatura. nasz design.*, ustaw font na *Myriad Pro*, styl *Regular*, wielkość 20 punktów, wyrównanie do lewej i kolor czarny. Wyrównaj tekst w pionie do logo.
4. Wybierz narzędzie *Zaokrąglony prostokąt (Rounded Rectangle)* i stwórz modny obecnie przezroczysty przycisk. Ustaw wypełnienie obiektu wektorowego na przezroczyste (brak), obrys o grubości 2 punktów, koloru białego. Aby ten przycisk bardziej uwidocznić, dodamy do niego cień. Zaznacz warstwę z przyciskiem i kliknij w ikonę  na dole panelu. Wybierz *Cień (Drop Shadow)*. W oknie dialogowym ustaw parametry jak na rysunku 4.2.



Rysunek 4.2. Parametry dodawanego cienia: Krycie (Opacity) na 100%, Odległość (Distance) na 0, Rozmiar (Size) na 13 pikseli, Kontur (Contour) na drugi w kolejności od lewej

5. Wewnątrz przycisku stwórz napis o treści *Sprawdź!* i ewentualnie przesun go, by znalazł się w centrum przycisku. Dodaj do napisu taki sam cień jak do przycisku. Następnie skopiuj warstwę przycisku, przesun ją pod warstwę przycisku i napisu *Sprawdź!*. Zmień jej nazwę na *przycisk tło*, wybierz narzędzie *Zaznaczanie ścieżek (Path Selection)* i zaznacz skopiowany obiekt. Nadaj mu białe wypełnienie i wyłącz obrys. Wyłącz też jego cień, klikając w oczko obok napisu *Cień (Drop Shadow)*. Zmniejsz także *Krycie (Opacity)* tej warstwy na 40%. Powinieneś uzyskać efekt podobny do tego na rysunku 4.3.



Rysunek 4.3. Baner po stworzeniu przycisku i napisów

6. Wejść w menu *Plik/Zapisz dla Internetu (File/Save For Web)* albo użyj skrótu *Ctrl+Shift+Alt+S* (na macu *Cmd+Shift+Opt+S*). Wybierz format GIF, wyłącz opcję *Przezroczystość (Transparency)* i zerknij na lewy dolny róg, na prognozowaną wagę pliku. Jeśli jest większa niż 30 kilobajty, zmniejsz liczbę kolorów w menu *Kolory (Colors)*. W zasadzie dobrą praktyką jest ograniczenie kolorów do minimum. To minimum osiągamy wtedy, kiedy dalsze obniżenie liczby kolorów wpływa niekorzystnie na wygląd grafiki. W naszym przypadku możemy zejść do 128 kolorów. Zapisz plik.

Nasz baner statyczny jest gotowy i widoczny na rysunku 4.4.



Rysunek 4.4. Gotowy baner statyczny

**WSKAZÓWKA:** Staraj się unikać, w miarę możliwości, umieszczania na banerach zdjęć, ponieważ nie znoszą one dobrze zapisu do formatu GIF. Taki plik będzie sporo ważył i kiepsko wyglądał. Jeśli chcesz użyć fotografii, zapisz baner w formacie JPEG.

## 4.2. Animowany baner reklamowy [video]

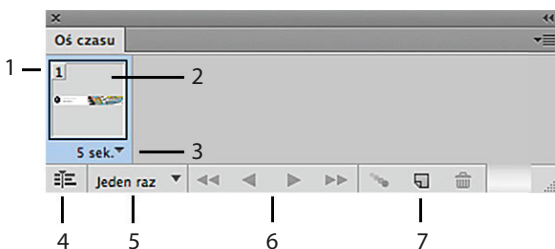
Baner animowany ma oczywistą przewagę nad statycznym — można na nim pokazać więcej, wprowadza się też element ruchu, co przykuwa wzrok. Do niedawna sztandarowym formatem animowanych reklam był Flash (pliki z rozszerzeniem *.swf*), ale ostatnio animowane gify przechodzą swój renesans. Są dla nas interesujące, bo da się je stworzyć w Photoshopie, co w przypadku banerów flashowych nie jest możliwe. Poza tym wiele osób używa współcześnie urządzeń mobilnych firmy Apple, które nie obsługują technologii Flash, a i zwykle komputery czy laptopy do pokazywania takich reklam potrzebują specjalnej wtyczki. Istnieją także specjalne dodatki dla przeglądarek internetowych, które blokują wyświetlanie reklam flashowych z automatu. Konkluzja jest następująca: animowane gify działają zawsze i wszędzie, natomiast Flash powoli wymiera.

### 4.2.1. Jak można animować w Photoshopie?

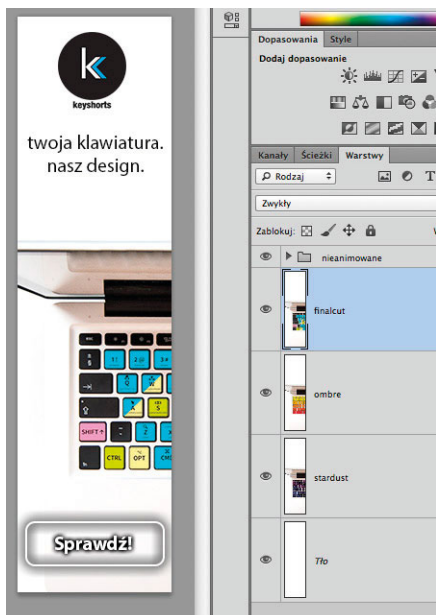
W Photoshopie możemy tworzyć animacje i montować filmy wideo (tym zajmiemy się trochę później). Żeby animować, musimy włączyć panel *Animacja* (*Animation*) — w Photoshopie CS5 i wcześniejszym — lub *Oś czasu* (*Timeline*) w Photoshopie CS6 i nowszym.

Jeśli masz Photoshopa CS6 lub nowszego, po uruchomieniu panelu i stworzeniu nowego dokumentu musisz kliknąć na trójkąt obok przycisku *Utwórz oś czasu wideo* (*Create Video Timeline*) i wybrać z menu *Utwórz animację klatek* (*Create Frame Animation*), a potem kliknąć na przycisk. We wcześniejszych wersjach panel domyślnie działa w trybie tworzenia animacji.

Panel składa się z szeregu klatek (w tej chwili jedna, oznaczona numerem 1) oraz przycisków u dołu (rysunek 4.5). W Photoshopie możemy animować położenie i widoczność warstw. Można jeszcze animować efekty warstw, ale tym nie będziemy się zajmować, ponieważ zasadniczo w animowanym gifie chcemy pokazywać jedynie nieznaczny ruch i ewentualnie ukrywać bądź pokazywać jakieś warstwy.




**Rysunek 4.5.** Panel Oś czasu (Timeline):  
1 — klatka z oznaczeniem jej numeru, 2 — miniatura klatki, 3 — czas wyświetlania klatki, 4 — przycisk zamiany animacja klatkowa/oś czasu, 5 — tryb powtórzenia animacji, 6 — przyciski kontrolujące odtwarzanie i poruszanie się po klatkach, 7 — przyciski do tworzenia, kopiowania i usuwania klatek



Stwórzmy nowy dokument o wymiarach 160 x 600 pikseli, reszta ustawień jak w banerze statycznym. Przenieś także do banera animowanego elementy graficzne z banera, dodając pliki *klawiatura1.psd*, *klawiatura2.psd*, *klawiatura3.psd*, a następnie ułóż je jak na rysunku 4.6. Możesz również otworzyć gotowy dokument *banner\_animowany\_1.psd*.

**Rysunek 4.6.** Skyscraper gotowy do animowania. Zwróć uwagę, że klawiatury idealnie na siebie nachodzą. Wykorzystamy to w animacji widoczności warstw

### 4.2.2. Animowanie położenia i widoczności


Pozycję i widoczność warstwy animuje się bardzo prosto. Na początek zerknij na pierwszą klatkę — to jest nasz punkt startowy. Aby zaanimować widoczność warstwy, najpierw trzeba stworzyć nową klatkę, a właściwie skopiować aktualnie aktywną. Żeby to zrobić, kliknij w ikonę . Pojawi się druga klatka, z tą samą zawartością co pierwsza.

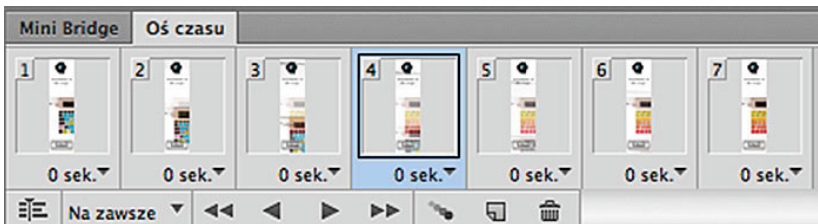
Teraz wyłącz widoczność warstwy *finalcut* — stan drugiej klatki się zmienił i jest teraz inny niż stan pierwszej. Aby zobaczyć, jak będzie to wyglądać w ruchu, zmień menu wskazujące opcję *Jeden raz (Once)* na opcję *Na zawsze (Forever)* — to sprawi, że animacja będzie się odtwarzać w kółko, dopóki nie wciśniemy przycisku stop. Teraz kliknij przycisk play *Odtwarza animację (Plays animation)*, a potem stop *Zatrzymuje animację (Stops animation)*. Nasza animacja wygląda jak dwa obrazy, które się wzajemnie wyświetlają. Jeśli chcesz, by dana warstwa była widoczna np. pół sekundy, pod jej miniaturą zmień *0 sek.* na *0,5 sek.* albo inną wartość. Możesz ten czas ustawiać niezależnie dla każdej klatki.

Animowanie pozycji wygląda tak samo. W nowo stworzonej klatce po prostu przesunij warstwę, np. klawiaturę, w dół poza dokument i potem zmniejsz krycie tej warstwy na zero. Będziesz miał utworzone dwie klatki — początkową i końcową. Nie trudź się tworzeniem etapów pośrednich ręcznie, klatka po klatce. W Photoshopie służy do tego specjalne narzędzie.



### 4.2.3. Tworzenie łagodnych przejść

Animacja kroków pośrednich w Photoshopie jest ułatwiona poprzez tzw. *klatki pośrednie* (ang. *tween*), czyli generowanie klatek pomiędzy początkową a końcową. Zaznacz klatkę z położeniem początkowym klawiatury, a następnie z klawiszem *Shift* kliknij w klatkę końcową. Mając obie klatki zaznaczone, kliknij w ikonę . Otworzy się okno dialogowe. Pole *Klatki do dodania* (*Frames to Add*) określa, ile klatek pośrednich chcesz wygenerować. Im więcej klatek, tym płynniejsza animacja, ale też i większa waga końcowego pliku. Powinno się zawsze tworzyć animowane gify z jak najmniejszą liczbą klatek. Sekcja *Parametry* (*Parameters*) określa, co chcemy tutaj animować — zaznacz *Położenie* (*Position*) i *Krycie* (*Transparency*). Kliknij *OK*. Wygenerowane klatki prezentuje rysunek 4.7.



**Rysunek 4.7.** Klatki stworzone dzięki wygenerowaniu klatek pośrednich, co daje nam animację poruszającej się i zanikającej klawiatury

### 4.2.4. Eksport animacji

Kiedy mamy już gotową animację, czas na jej eksport do pliku GIF. Wejść w *Plik/Zapisz dla Internetu* (*File/Save For Web*) i jako format wybierz GIF. Photoshop automatycznie rozpoznaje dokument z animacją i oferuje tutaj jedną opcję. Przejdź do sekcji *Animacja* (*Animation*) i zmień *Opcje powtarzania* (*Looping Options*). Domyślne *Jeden raz* (*Once*) oznacza jednorazowe odtworzenie animacji. W przypadku banera animacja powinna trwać ciągle lub powtarzać się kilka razy (jeśli ma to być reklama do Google AdWords). My wybierzmy *Na zawsze* (*Forever*). Pozostałe opcje są takie same jak dla statycznych plików GIF.

Wykorzystując poznane narzędzia, możesz tworzyć animowane GIF-y z pojawiającymi się i znikającymi napisami, migającymi przyciskami i przesuwającymi się grafikami czy packshotami produktów. Pamiętaj także, by taki GIF nie ważył więcej niż 100 kilobajtów. Przy typowej stronie internetowej ważącej 1 megabajt jedna dziesiąta tej wagi to sporo jak na jeden element graficzny.

## 4.3. Grafiki promocyjne: slider i hero image

*Slidery*, a ostatnio także i *hero image*, są coraz częstszymi elementami stron głównych sklepów internetowych, stron startupów oraz witryn małych biznesów. Stanowią one wizualny punkt zaczepienia dla oczu widza i są przeznaczone do reklamy i promocji lub służą za klimatyczne tło (jak w przypadku *hero image*) dla pozostałej treści.

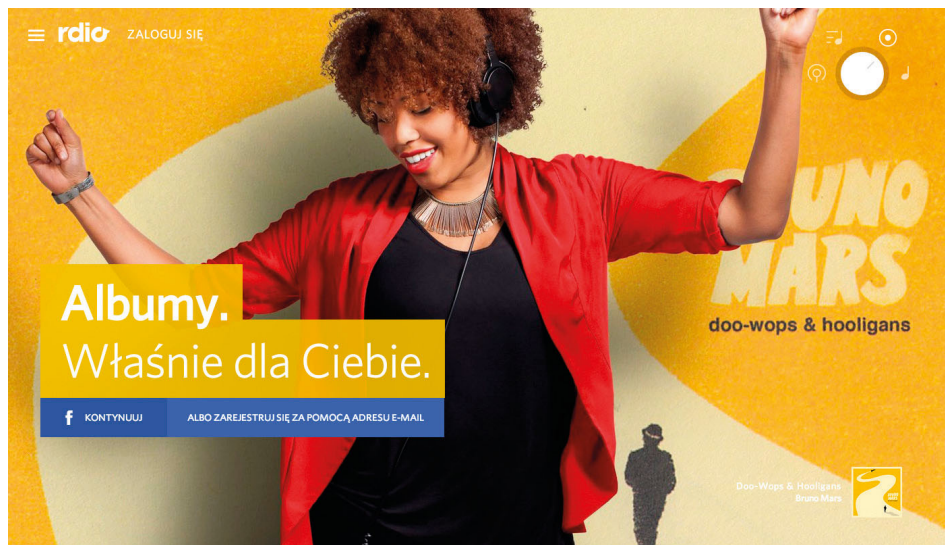
*Slider* to spora grafika, często w formie przerośniętego banera, która jest wyświetlana na przemian z innymi takimi grafikami w jednym, stałym miejscu. Zawiera też przyciski nawigacyjne do przesuwania na poprzedni i następny slider. Mianem slidera określa się także cały zbiór tych grafik i mechanizm ich zmiany. Slidery mogą się przenikać bądź przejeżdżać jeden na drugi. Wykorzystuje się je głównie do prowadzenia aktualnych kampanii promocyjnych albo np. do pokazania nowego produktu w ofercie.

*Hero image* (obraz bohater) to potężna, bardzo często stanowiąca tło strony grafika lub fotografia ilustrująca ideę biznesu albo tego, co dany sklep sprzedaje. Cechą charakterystyczną takiego zdjęcia jest też skalowalność i dopasowywanie się do wielkości ekranu użytkownika. Dlaczego miałbyś stosować slidery i (lub) hero image?

W testach przeprowadzonych w wielu dużych serwisach e-commerce wykazano, że obecność dobrego (o czym nieco niżej) hero image zwiększa sprzedaż produktów i (lub) zaangażowanie użytkowników strony. Slidery pomagają za to kierować ruch do produktów w promocjach albo do innych wydarzeń, dzięki którym sklep osiąga swoje cele (najczęściej sprzedaż i pozyskanie adresów e-mail do newslettera).

Jakie kryteria muszą zatem spełniać grafiki mające służyć za slidery bądź hero image? Przede wszystkim powinny być one wystarczająco duże i dobrej jakości. Musisz przewidzieć, jaka będzie maksymalna szerokość ekranu użytkownika lub maksymalna dopuszczona w kodzie szerokość strony, i na tej podstawie skalować zdjęcia. Takie zdjęcie musi być też unikalne, najlepiej właściwe tylko dla Twojego biznesu (rysunek 4.8). Nie wykorzystuj tutaj zdjęć stockowych, chyba że są naprawdę interesujące, pasują do tematu i nie wyglądają „stockowo” (wiecznie uśmiechnięci, piękni ludzie w sterylnej scenerii przypominającej reklamę). Pamiętaj też o tym, by zdjęcie czy grafika nie były pstrokate i nie zawierały zbyt wielu elementów. W przypadku hero image ważne jest, aby zdjęcie mogło funkcjonować jako tło — w miejscach, gdzie planujesz tekst lub inne elementy, zdjęcie nie może zawierać zbyt dużej liczby informacji, musi być po prostu tłem. Kolory także powinny być stonowane i nie przytłaczać pozostałej treści strony.

Jeśli chodzi o napisy, to wiem, że łatwo zrobić je w Photoshopie. Zalecam jednak, by planowane napisy na sliderach były zwykłym tekstem wpisanym do kodu strony. Ma to potężną przewagę nad napisami z Photoshopa — taki tekst może być indeksowany przez Google i może poprawiać ranking strony w wyszukiwarkach. Poza tym przy dzisiejszych możliwościach wykorzystania fontów na stronach internetowych stworzenie ciekawie wyglądającego napisu w kodzie strony nie jest trudne.



**Rysunek 4.8.** Przykład hero image na stronie ze streamingiem muzyki rdio.com. Zdjęcie znakomicie wpasowuje się w kolorystykę i tematykę strony

Jednym z wyzwania, jakie napotkasz przy pracy ze sliderami lub hero image, jest ich waga. Te pliki mają spore rozmiary, zatem mogą też sporo ważyć, jeżeli się tego nie kontroluje. Zapisuj takie zdjęcia do plików JPEG (jeśli masz grafiki o niewielu kolorach, sprawdź, czy zapis do PNG-8 nie okaże się lepszy) z jakością w przedziale 40 – 60. Jeżeli chodzi o kompresję zdjęć, nic nie pobije JPEG-a z jakością 40, który w przypadku pliku o rozmiarze 2000 x 1500 pikseli produkuje wagę rzędu 150 kilobajtów.

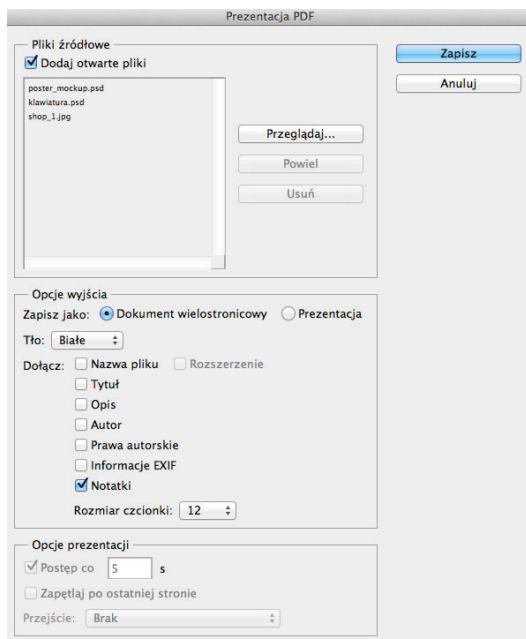
Tworząc slidery i hero image, nie zapomnij weryfikować ich skuteczności za pomocą testów A/B. Przeprowadzanie takich testów to temat na inną książkę, ale mówiąc w skrócie, polega to na tym, że połowa użytkowników odwiedzających Twoją stronę widzi jedną wersję (np. bez hero image), a druga połowa widzi drugą wersję (z hero image). Porównując sprzedaż (bądź realizację innych celów) dla tych dwóch kanałów, możesz łatwo stwierdzić, czy planowany element strony będzie dla Ciebie korzystny, czy nie (w sklepach internetowych zmiana korzystna oznacza po prostu większy dochód).

## 4.4. Oferta sklepu w pliku PDF

W przypadku małych sklepów internetowych oferujących unikalne produkty klienci (szczególnie firmy) proszą często o katalog produktów offline, który mogą choćby przesłać mailem czy wydrukować i pokazać innym osobom.

Aby wygenerować taki katalog, najpierw musisz stworzyć poszczególne strony katalogu w osobnych plikach. Możesz to zrobić w Photoshopie albo np. w Wordzie, OpenOffice lub Pages i zaimportować potem do Photoshopa zrzuty ekranu z tych programów. Zapisuj pliki z numeracją kolejnych stron — będzie to ważne podczas składania publikacji w całość.

Kiedy już masz gotowe pliki, otwórz je wszystkie w Photoshopie i wejdź w *Plik/Automatyzuj/Prezentacja PDF (File/Automate/PDF Presentation)*. To narzędzie służy głównie do przygotowywania prezentacji, ale odpowiednio ustawiając opcje, możemy tutaj stworzyć po prostu wielostronicowy dokument w formacie PDF (rysunek 4.9).



W sekcji *Pliki źródłowe (Source Files)* kliknij opcję *Dodaj otwarte pliki (Add Open Files)*, by dodać otwarte pliki jako strony publikacji. W sekcji *Opcje wyjścia (Output Options)* zaznacz opcję *Dokument wielostronicowy (Multi-Page Document)*, a w polu *Tło (Background)* ustaw *Białe (White)*. W polu *Dołącz (Include)* odznacz wszystko, ponieważ nie chcemy mieć dodatkowych elementów typu nazwa pliku itp. Sekcję *Opcje prezentacji (Presentation Options)* pomijamy, gdyż nie tworzymy prezentacji. Na końcu kliknij w *Zapisz (Save)*. Gotowe! :)

Rysunek 4.9. Okno Prezentacja PDF (PDF Presentation)

## 4.5. Reklama graficzna do Google AdWords

Banery dla Google AdWords tworzy się dokładnie tak samo jak zwykłe banery, o których już mówiłem. Jedyną różnicą są pewne wymagania, które Google stawia reklamom graficznym. Banery muszą tutaj ważyć mniej niż 150 kilobajtów i być zapisane jako JPEG, GIF lub PNG. Dostępne formaty prezentuje tabela 4.2.

**Tabela 4.2.** Formaty banerów dostępne w Google AdWords

Nazwa	Rozmiar (w pikselach)
Vertical Rectangle	240 x 400
Mobile Leaderboard	320 x 50
Banner	468 x 60
Leaderboard	728 x 90
Square	250 x 250
Small Square	200 x 200
Large Rectangle	336 x 280
Inline Rectangle	300 x 250
Skyscraper	120 x 600
Wide Skyscraper	160 x 600
Half-Page	300 x 600
Large Leaderboard	970 x 90
Large Mobile Banner	320 x 100
Billboard	970 x 250
Portrait	300 x 1050

Dodatkowo w Polsce popularne są banery o rozmiarach: 750 x 100, 750 x 200 i 750 x 300 pikseli.

Jeśli chodzi o reklamy animowane, dostępne są tylko formaty GIF i SWF (Flash), a maksymalna waga pliku wynosi 150 kilobajtów. Występują tu te same formaty co w przypadku reklam statycznych, z wyłączeniem *Vertical Rectangle* i *Mobile Leaderboard*. Animacja nie może być dłuższa niż 30 sekund, a prędkość odtwarzania nie może być większa niż 5 klatek na sekundę.

Poza powyższymi wymaganiami reklama graficzna w Google musi spełniać następujące warunki:

- Nie może być podzielona lub sprawiać wrażenia kilku reklam.
- Nie może zawierać błyskającego tła bądź efektu stroboskopu.
- Nie może udawać elementów strony WWW albo systemu operacyjnego.
- Nie może nieuczciwie zachęcać do kliknięcia, czyli np. imitować alertów systemowych.

## 4.6. Wideo

Promocyjny film wideo jest świetnym sposobem na przedstawienie produktu i (lub) firmy. Jest szczególnie przydatny dla małych firm i startupów, które sprzedają własne, unikatowe produkty. W Photoshopie od wersji CS6 mamy możliwość wygodnego i zaawansowanego montażu filmów wideo. Dodając do tego „tradycyjne” funkcjonalności Photoshopa, jak tworzenie napisów i grafik, otrzymujemy szansę stworzenia profesjonalnego filmu promocyjnego.

Zanim jednak zaczniesz montować filmy, musisz je mieć. Możesz je nagrać np. lustrzanką cyfrową albo telefonem czy tabletem, o ile są one w stanie rejestrować obraz High Definition 720p z prędkością minimum 25 klatek na sekundę. Jeśli Twoje urządzenie nagrywa filmy w formacie innym niż MOV, MP4 lub AVI, importowanie ich do Photoshopa będzie niemożliwe bez dodatkowych kodeków.

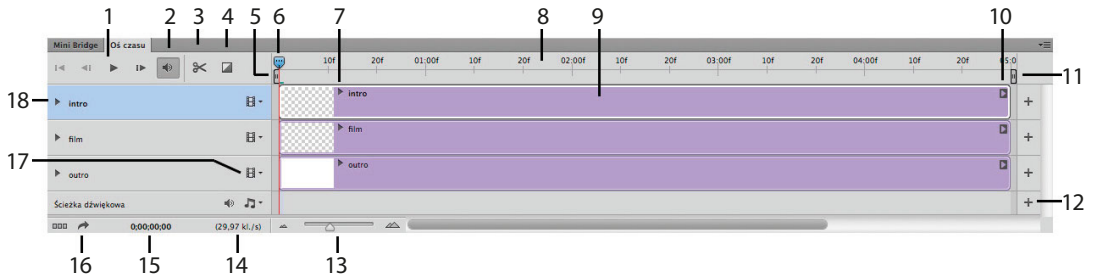
Większość współczesnych urządzeń nagrywa filmy w proporcji 16:9, ale jeżeli Twoje urządzenie jest dość stare, może nagrywać filmy w proporcji 4:3. Musisz to wziąć pod uwagę podczas tworzenia nowego dokumentu dla filmu.

### 4.6.1. Importowanie i umieszczanie klipów wideo



Zanim zaczniemy importować filmy, proponuję stworzyć nowy dokument. Możesz otworzyć film bezpośrednio w Photoshopie i kontynuować pracę z tego miejsca, ale ja wolę nowy dokument, w którym można od razu utworzyć czołówkę (intro) i planszę końcową (outro).

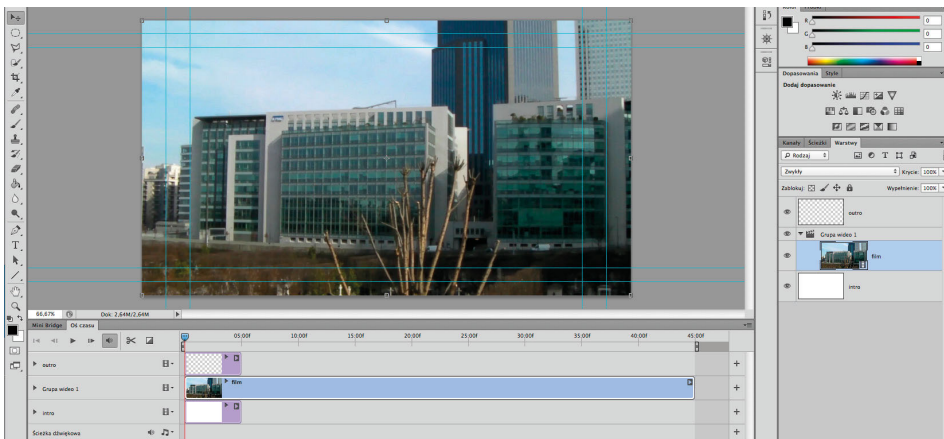
1. Stwórz nowy dokument. Jeśli Twoje urządzenie nagrywa w HD, wymiary dokumentu muszą wynosić 1280 x 720 pikseli, jeżeli jest to Full HD — 1920 x 1080 pikseli. Rozdzielczość ustaw na 72 piksele/cal, a kolory na RGB. Możesz też użyć pewnego skrótu: z menu *Ustawienia domyślne (Preset)* wybierz *Film i wideo (Film & Video)*, a potem z menu *Rozmiar (Size)* wybierz *HDTV/HDTV 720p/29.97* dla filmów w HD lub *HDTV 1080p/29.97* dla filmów w Full HD.
2. W dokumencie utwórz trzy puste warstwy: *intro*, *film* i *outro*. Na warstwach *intro* i *outro* możemy stworzyć planszę czołową i planszę pożegnalną, np. z adresem strony internetowej czy kanału social media.
3. Uruchom panel *Oś czasu (Timeline)*. Kliknij w przycisk *Utwórz oś czasu wideo (Create Video Timeline)*; jeśli masz przycisk *Utwórz animację klatek (Create Frame Animation)*, zmień ustawienie, klikając na trójkąt obok.
4. Zobaczysz panel *Oś czasu (Timeline)* z trzema warstwami, które stworzyłeś, oraz inne przyciski i funkcje, które opisuje dokładnie rysunek 4.10.





**Rysunek 4.10.** Okno Oś czasu (Timeline): 1 — sterowanie odtwarzaniem wideo, 2 — włącz/wyłącz dźwięk, 3 — cięcie materiału, 4 — efekty, 5 — uchwyt początku filmu, 6 — głowica odtwarzania, 7 — rozwijanie atrybutów do animowania, 8 — oś czasu, 9 — klip wideo, 10 — przycisk animowanych efektów klipu, 11 — uchwyt końca filmu, 12 — dodawanie klipu, 13 — powiększenie osi czasu, 14 — prędkość odtwarzania, 15 — czas w miejscu głowicy, 16 — renderowanie wideo, 17 — dodawanie klipów, 18 — warstwa

5. Aby zaimportować klip, kliknij przy warstwie *film* (bo tu chcesz umieszczać klipy) w ikonę  i wybierz *Dodaj materiał (Add footage)* albo kliknij po prawej stronie panelu w duży plus. Tak naprawdę „klipem wideo” może być zarówno film, jak i plik graficzny.
6. Po dodaniu wszystkich potrzebnych klipów możesz je przesuwać bądź ustawiać w odpowiedniej kolejności. Po prostu klikaj na klipy w linii czasu i przesuвай je. Klipy domyślnie przyciągają się do siebie, tak by tworzyć ciągły film bez przerw. Jeżeli nie widzisz całej osi czasu, możesz ją pomniejszyć, przeciągając suwak  w lewo; możesz też po prostu przesunąć oś czasu paskiem na dole panelu. Jeśli nie masz żadnych swoich filmów wideo na podorędziu, wykorzystaj plik *film.mp4* z plików ćwiczeniowych. Jak zauważysz, w miejscu warstwy *film* pojawi się *Grupa wideo 1*. W panelu *Warstwy (Layers)* usuń z tej grupy warstwę *film*, bo nie będzie nam już potrzebna (rysunek 4.11).

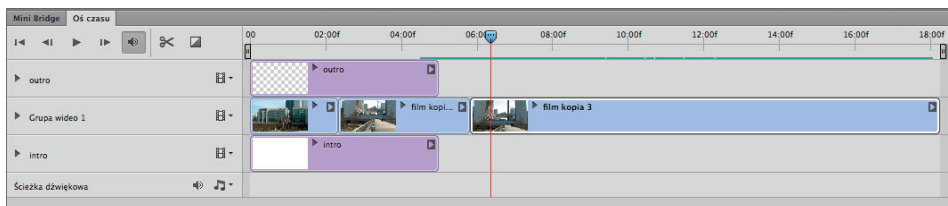


**Rysunek 4.11.** Oś czasu po dodaniu klipu *film.mp4*. Zauważ, że usunąłem już warstwę pod filmem (w panelu *Warstwy*)

## 4.6.2. Cięcia

Podczas tworzenia profesjonalnego filmu nieuniknione są cięcia materiału. Należy zostawić tylko to, co ważne, wyciąć wszelkie „eee” i „aaa” z wypowiedzi oraz fragmenty testowe bądź zwyczajnie zbędne.

1. Zaznacz klip *film.mp4*. Podczas nagrania jest kilka „nudnych” partii — na początku i na końcu. Przejdź głowicą na 2. sekundę i 10. klatkę i kliknij ikonę nożyczek. Klip zostanie w tym miejscu przepołowiony. Teraz przejdź do czasów 19;15, 22;30 i 35;12 i w tych miejscach znowu wykonaj cięcia (rysunek 4.12).



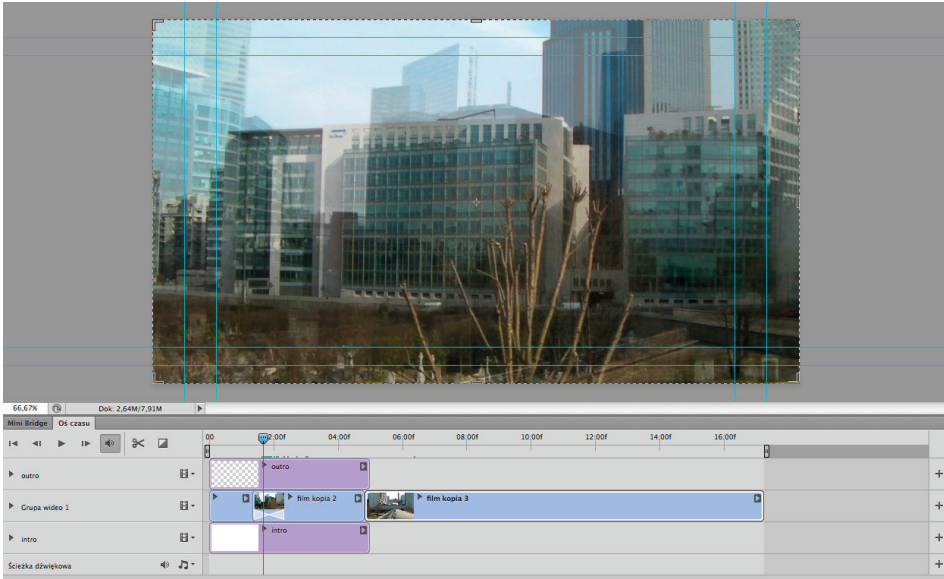
Rysunek 4.12. Oś czasu po wykonaniu cięć i usunięciu niepotrzebnego materiału

2. Zaznacz teraz osobny klip *Film kopia* i wciśnij klawisz *Delete* (na macu *Backspace*). Klip zostanie usunięty, a sąsiadujące z nim „dobre” klipy staną dociągnięte do siebie.
3. Jeśli chcesz skrócić jakiś klip, nie musisz go wycinać powyższą metodą. Po prostu najedź na koniec klipu w linii czasu, a następnie kliknij i przeciągnij, aby zmienić długość klipu (czyli obciąć końcówkę).
4. Jeżeli chcesz zmienić długość całego finalnego filmu, zmodyfikuj położenie uchwytów poniżej głowicy odtwarzania.

## 4.6.3. Przejścia i efekty

Domyślnie cięcia, które wykonaliśmy, są ostre — jeden klip przeskakuje w drugi. Jeśli ten „efekt” jest zbyt szorstki lub nie pasuje do klimatu odtwarzanej sceny, możemy dodać efekt przejścia.

1. Kliknij na ikonę efektów, ustaw czas efektu na 1 sekundę, a następnie kliknij i przeciągnij efekt *Przenikanie* (*Cross Fade*) pomiędzy dwa klipy. Efekt ten spowoduje łagodne przejście jednego klipu w drugi (rysunek 4.13).



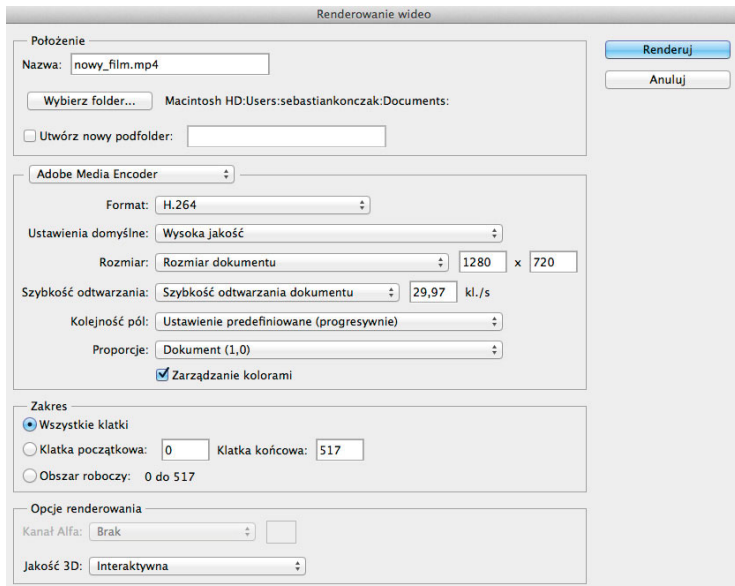
**Rysunek 4.13.** Dodany efekt przenikania pomiędzy dwa klipy i podgląd na film w tym momencie

2. Klikając w ikonkę *play* po prawej stronie klipu nieruchomego (niebędącego filmem), możemy nadać takiemu klipowi ruch: dostępne są *Panoramowanie i powiększenie (Pan & Zoom)*, *Panoramowanie (Pan)*, *Powiększenie (Zoom)*, *Obrót (Rotate)* oraz *Obrót i powiększenie (Zoom & Rotate)*. Każde takie ustawienie ma swoje opcje, dzięki którym możemy określić np. kierunek przesunięcia (panoramowania), powiększenie albo pomniejszenie, a także kierunek i kąt obrotu.

#### 4.6.4. Eksport do formatu webowego

Kiedy mamy już zmontowany film, musimy go wyeksportować do formatu wideo. Kliknij w ikonę strzałki na dole panelu lub wejdź w menu *Plik/Eksportuj (File/Export)* i wybierz *Renderuj wideo (Render Video)*.

Okno dialogowe *Renderowanie wideo (Render Video)* ma cztery sekcje (rysunek 4.14). W sekcji *Położenie (Location)* określamy, gdzie film ma być zapisany. W polu *Nazwa (Name)* podajemy nazwę pliku, a później określamy folder docelowy, klikając w przycisk *Wybierz folder (Select Folder)*.



**Rysunek 4.14.** Okno dialogowe Renderowanie wideo (Render Video)

Kolejna sekcja określa parametry wideo i kodeka. W Photoshopie CS5 z listy wybierz format *H.264* bądź *MP4*. W Photoshopie CS6 i późniejszym wybierz tutaj *Adobe Media Encoder*, a następnie określ format w menu *Format (Format)* — w tym przypadku *H.264*. Jeśli tworzysz wideo na potrzeby umieszczenia ich na swojej stronie internetowej, najlepiej wyeksportować film w jakości minimum HD, czyli w rozmiarze 1280 x 720 pikseli. Ustaw *Kolejność pól (Field Order)* na *Progressywne (Progressive)* i *Proporcje (Aspect Ratio)* na *Kwadrat (1,0) [Square (1.0)]*. *Szybkość odtwarzania (Frame Rate)* powinna wynosić 25 lub 29.97 (30) klatek na sekundę. Sprawdź, jaka jest prędkość materiału źródłowego, i ustaw tutaj taką samą.

**WSKAZÓWKA:** Eksport do MP4 (H.264) nie wystarczy, jeżeli wideo chcesz umieścić na swojej stronie. Będziesz potrzebował odtwarzacza flashowego oraz drugiego — działającego z wideo w standardzie HTML5. Na podstawie własnego doświadczenia mogę polecić darmowy FlowPlayer, który w przypadku przeglądarki internetowej bez wsparcia dla HTML5 wyświetla odtwarzacz flashowy, a w przypadku nowoczesnych przeglądarek wyświetli wideo w formacie HTML5. Teoretycznie, by obsłużyć wszystkie przeglądarki internetowej, potrzebujesz trzech plików wideo w formatach: MP4, OGG i WEBM. W praktyce kodowanie trzech plików dla jednego wideo jest czasochłonne i trudne. Ja uważam, że wystarczy plik MP4. Takie pliki są natywnie (bez dodatkowych pluginów) obsługiwane przez przeglądarki Internet Explorer, Chrome i Safari. Przeglądarki Firefox i Opera będą obsługiwać pliki MP4 poprzez odtwarzacz flashowy.

Sekcja *Zakres (Range)* określa zakres eksportu. Praktycznie zawsze będziesz chciał eksportować cały film, więc zaznacz *Wszystkie klatki (All Frames)*. Sekcja *Opcje renderowania (Render Options)* pozwala ustawić dodatkowe opcje, których omówienie wykracza poza zakres merytoryczny tej książki.

Na końcu kliknij w *Renderuj (Render)* i poczekaj, aż film się wyeksportuje. Może to zająć sporo czasu.

#### 4.6.5. Eksport do formatu kompatybilnego z YouTube

Jeśli tworzysz wideo na potrzeby umieszczenia go w kanale YouTube, możesz wybrać w menu *Ustawienia domyślne (Preset)* pozycję *YouTube HD 720p 29.97* lub *YouTube HD 1080p 29.97*. Wybranie tych ustawień spowoduje, że podczas wyśłania i przetwarzania filmu na YouTube utrata jakości będzie minimalna.





# 5.

## Materiały do social media i portali sprzedażowych

Tworzenie kanałów social media i zarządzanie nimi wymaga projektowania grafik na bieżąco. W tym rozdziale przedstawię wytyczne dotyczące prawidłowego i optymalnego tworzenia grafik do celów promocji w social media.

## 5.1. Facebook

W przypadku Facebooka musimy stworzyć minimum dwie grafiki: awatara, czyli zdjęcie profilowe, i tło (rysunek 5.1). Nie próbuj tworzyć fanpage'a bez tła lub z domyślnym zdjęciem profilowym — to oznaka braku profesjonalizmu i zrozumienia mediów społecznościowych.



Rysunek 5.1. Fanpage sklepu keyshorts.com

Facebook w znacznym stopniu kompresuje przesyłane grafiki, szczególnie dotyczy to plików JPEG cięższych niż 100 kilobajtów. Skoro więc tak się dzieje, zapisując je, ustaw jakość na wysoką [wartość 85 – 90 w module *Zapisz dla Internetu (Save For Web)*] — w ten sposób unikasz podwójnej kompresji. Jeśli na zdjęciu lub grafice są napisy, lepiej zapisać taki plik jako PNG. Po pierwsze, PNG posiada kompresję bezstratną, a zatem niewpływającą na wygląd grafiki, po drugie, tekst i elementy graficzne wyglądają lepiej, zwłaszcza w małej skali. W module *Zapisz dla Internetu (Save For Web)* zapisuj takie pliki do wersji PNG-24.

### 5.1.1. Zdjęcie profilowe

Zdjęcie profilowe jest graficzną wizytówką Twojego fanpage'a. Nie tylko pokazuje się na tle po lewej stronie, ale także występuje obok Twoich komentarzy i postów. Dzięki temu ludzie często rozpoznają, z jakim fanpage'em mają do czynienia.

Facebook wymaga, by przesyłany awatar miał minimum 180 x 180 pikseli, choć potem jest on pomniejszany do 160 x 160 pikseli. Biała ramka dookoła awatara jest stałym elementem i nie można jej usunąć.

Jeśli przesłane zdjęcie profilowe finalnie wydaje się niskiej jakości, prześlij plik w rozmiarze 320 x 320 pikseli. Facebook pomniejszy taki plik do skali 50% i wszelkie zniekształcenia powstałe przez skalowanie grafiki będą minimalne.

### 5.1.2. Tło fanpage'a

Tło (*cover image*) to wielka, panoramiczna przestrzeń na samej górze fanpage'a. Wymiary tła to 851 x 315 pikseli, zatem grafika przygotowywana na facebookowe tło powinna mieć minimum takie wymiary — jeśli jest większa, będziesz mieć możliwość wybrania kadru grafiki, która ostatecznie zostanie przycięta do rozmiaru 851 x 315 pikseli.

Dla najlepszej jakości i szybkości wczytywania na stronie zapisuj tło do pliku JPEG z wagą mniejszą niż 100 kilobajtów (ustaw odpowiednio kompresję). Jeżeli Twoje tło zawiera głównie logo, tekst i proste grafiki, zapisz plik w PNG, wówczas będzie miał lepszą jakość przy stosunkowo niskiej wadze.

Nie umieszczaj na grafice ważnych treści na dole tła: dolnym lewym rogu (tu znajduje się fragment zdjęcia profilowego), dolnym prawym rogu (tu będą przyciski) oraz na dole w centrum (tu pojawi się tytuł Twojego fanpage'a). Weź pod uwagę także szary gradient, który pokrywa tło od dołu. Ten gradient wprowadzono, by tytuł fanpage'a był czytelny nawet wtedy, gdy tło jest białe.

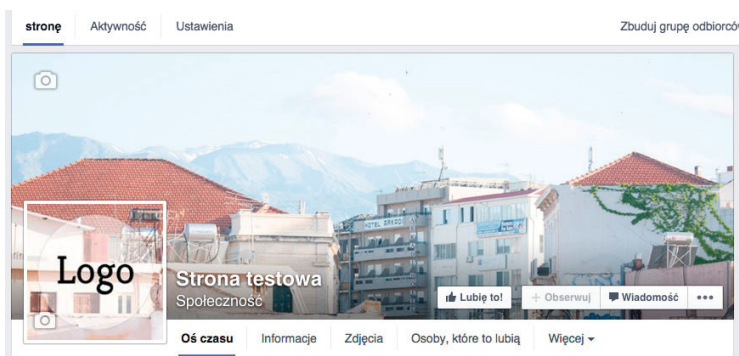
### 5.1.3. Dopasowanie do siebie tła i awatara

Popularnym i efektywnym zabiegiem jest dopasowanie awatara do tła. Aby uzyskać taki efekt, skorzystaj z szablonu, który masz do dyspozycji w materiałach ćwiczeniowych w pliku *facebook.psd*, w folderze *Rozdział 5*. Znajdują się tam prostokąt, wyznaczający krawędzie tła, oraz kwadrat, wyznaczający granice awatara. Przenieś grafikę lub zdjęcie mające służyć za tło do tego dokumentu i dopasuj szerokość zdjęcia do szablonu tła. Zostaw sobie trochę miejsca w dolnej części, ponieważ awatar częściowo leży poniżej tła.

Teraz, mając na zdjęciu profilowym tło, dodaj pozostałe elementy: logo, napisy itp. (rysunek 5.2). Na końcu wykadruj obie grafiki, ukryj widoczność szablonu i wyeksportuj je do właściwych plików. Pamiętaj, żeby sprawdzić, czy eksportowane tło ma 851 pikseli na szerokość (jeśli nie ma, przeskaluj je), a także podczas eksportu powiększ awatar z rozmiaru 160 x 160 pikseli do 180 x 180 pikseli. Nie martw się tym, że powiększasz obraz rastrowy — Facebook i tak pomniejszy go z powrotem do rozmiaru 160 x 160 pikseli. Gotowe rozwiązanie prezentuje rysunek 5.3.



**Rysunek 5.2.** Dopasowane do szablonu zdjęcie tła i przykładowe logo dla awatara



**Rysunek 5.3.** Gotowy fanpage z dodanymi grafikami

#### 5.1.4. Wytyczne dla materiałów do wykorzystania w postach

Zdjęcia i grafiki, które przesyłasz na fanpage'a i które są tam wyświetlane, są skalowane do 504 pikseli na dłuższym boku. Z tego powodu najlepiej przesyłać zdjęcia dwa lub cztery razy większe niż ta wartość. Zdjęcia przeznaczone na Facebook skaluj więc w Photoshopie do dłuższego boku, którego rozmiar wynosi 1008 lub 2016 pikseli.

Facebook ma jednak pewną niespodziankę. Twoje zdjęcia, wyświetlane w aktualnościach Twoich fanów, są skalowane do... 470 pikseli na szerokość i 394 pikseli na wysokość. Jeśli Twoje zdjęcie jest poziome, w aktualnościach będzie szerokie na 470 pikseli. Jeżeli zdjęcie jest pionowe, zostanie przeskalowane do wysokości 394 pikseli. Niestety nic się nie da z tym zrobić.

#### 5.1.5. Wytyczne dla materiałów zamieszczanych w wydarzeniach

Tworząc wydarzenie na Facebooku, możesz nadać mu tło. Ma ono wymiary 784 x 295 pikseli. Nie umieszczaj nic w lewym dolnym rogu — tu pojawią się data i nazwa wydarzenia.

Zdjęcia umieszczane w postach wydarzenia będą skalowane tak samo jak zdjęcia w aktualnościach fanów: do 470 pikseli na szerokość dla zdjęć poziomych i 394 pikseli na wysokość dla pionowych. Tutaj możesz to wykorzystać — dla uzyskania najlepszej jakości przesyłaj zdjęcia dwu- lub czterokrotnie większe, czyli o bokach poziomych o rozmiarze 940 bądź 1880 pikseli i bokach pionowych o rozmiarze 788 oraz 1576 pikseli.

## 5.2. Twitter

W przypadku Twittera od roku 2014 mamy możliwość wykorzystania nowego wyglądu strony profilowej użytkownika, która oferuje między innymi większe grafiki i przyciski (rysunek 5.4).



Rysunek 5.4. Profil na Twitterze w wyglądzie z grudnia 2014 roku

### 5.2.1. Zdjęcie profilowe

Zdjęcie profilowe na Twitterze jest bardzo ważne, ponieważ to głównie z nim ludzie będą mieli styczność, przeglądając tweety. Awatar staje się zatem Twoją „wizytówką”. Postaraj się, aby znalazło się tam widoczne i czytelne logo marki (jeśli profil jest firmowy) lub Twój portret (jeżeli profil jest przynajmniej w części prywatny albo firma, którą prowadzisz, ma silny związek z Twoją osobowością i umiejętnościami). Twitter zaleca, by przesyłane pliki pod zdjęcie profilowe miały wymiary 400 x 400 pikseli i były zapisane w formacie JPEG, PNG lub GIF. Twitter nie obsługuje gifów animowanych. Ja zalecam format JPEG dla portretów i PNG dla logo oraz innych grafik.

### 5.2.2. Tło profilu

Tło profilu powinno opowiadać historię. Powinno mówić odbiorcy, kim jesteś albo co robisz. Tłem powinno być duże, wyraźne i interesujące zdjęcie. Zalecane wymiary to 1500 x 500 pikseli. Formatem może być znów JPEG, PNG lub GIF. Ze względu na rozmiar i kompresję proponuję poprzestać na JPEG-u. Postaraj się, żeby w lewym dolnym rogu tła nie było niczego istotnego, gdyż ten obszar jest częściowo przysłaniany przez zdjęcie profilowe.

### 5.2.3. Wytyczne dla materiałów do wykorzystania w tweetach

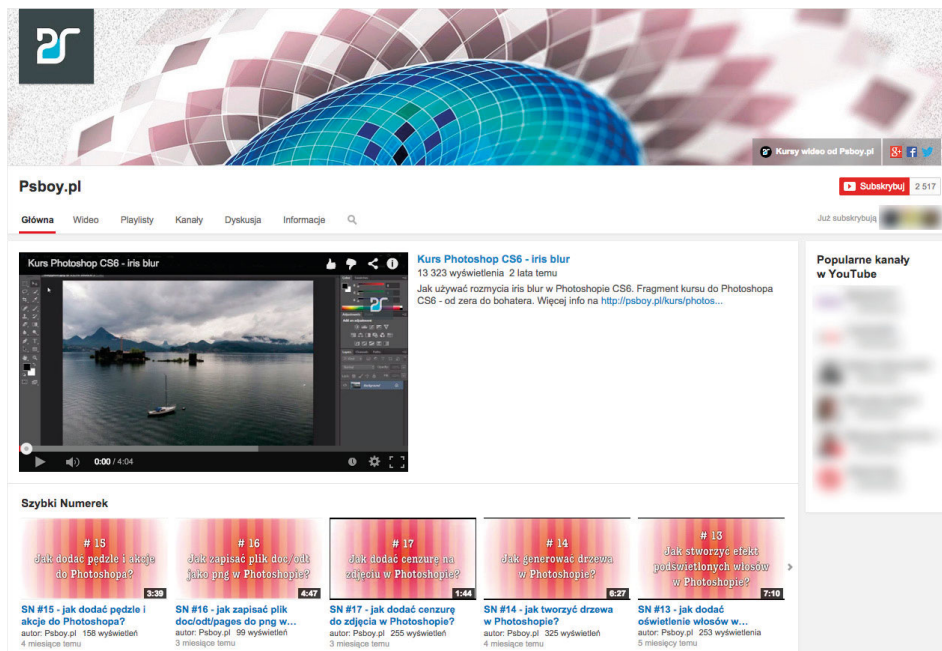
Użytkownicy Twittera wchodzą w interakcje z tweetami o 40% częściej, jeśli częścią tweeta jest obrazek, niż w przypadku tweeta pozbawionego obrazka. Jeżeli chcesz dodać zdjęcie do tweeta, pamiętaj, aby miało ono 1024 piksele na dłuższym boku. Jeśli chcesz, by w podglądzie zdjęcia w tweecie było ono wyświetlane w całości (bez kadrowania), wykadruj zdjęcie do proporcji 2:1. W przypadku zdjęcia poziomego o dłuższym boku o rozmiarze 1024 pikseli krótszy bok musi mieć 512 pikseli. Na Twitterze obowiązuje limit wagi przesyłanych zdjęć — 3 megabajty, choć przy rozmiarach zdjęć rzędu 1000 pikseli ten limit jest praktycznie nieosiągalny.

Polecam także umieszczanie zdjęcia w tweetach podczas ich komponowania (przycisk *Add Photo*), gdyż jak wykazały badania i testy wielu użytkowników tego medium, ludzie retweetują posty ze zdjęciami o 94% częściej, jeżeli zdjęcie jest dodane za pośrednictwem *pic.twitter.com* (czyli właśnie wysłane za pomocą wspomnianego przycisku). Alternatywą jest pobieranie przez Twittera zdjęć z wklejonego adresu URL, podobnie jak to ma miejsce na Facebooku. Ta metoda okazuje się jednak dużo mniej skuteczna i w mniejszym stopniu angażująca użytkowników.

## 5.3. YouTube

Tworząc kanał w serwisie YouTube, musimy stworzyć ikonę kanału oraz jego grafikę (tło) — rysunek 5.5. Do tego istotne jest, aby każdy nasz film miał czołówkę (planszę lub animację), która jest rodzajem wizytówki pokazującej tytuł filmu bądź cyklu. Podobnie dzieje się w przypadku programów telewizyjnych — każdy ma swoją czołówkę i planszę pożegnalną. Wszystko to możemy przygotować w Photoshopie.





Rysunek 5.5. Kanał YouTube marki Psboy

### 5.3.1. Ikona kanału

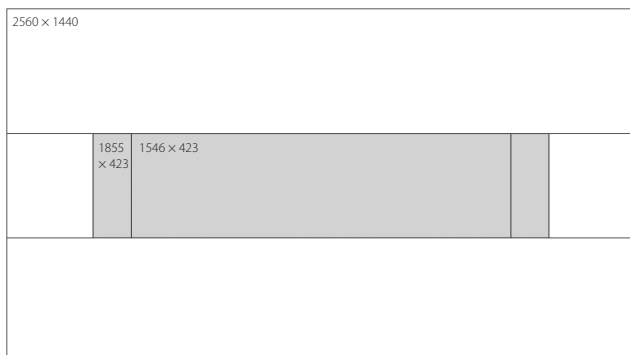
Obecnie YouTube korzysta ze zdjęć profilowych konta Google, więc ich wymiary omówię w sekcji dotyczącej Google+.

### 5.3.2. Grafika kanału

Grafika kanału (jego tło) będzie wyświetlana na wielu różnych urządzeniach: od wielkich telewizorów po małe telefony komórkowe. YouTube przygotował specjalny szablon w pliku PSD, którego moją wersję znajdziesz w plikach ćwiczeniowych, w folderze *Rozdział 5*. Ogólnie rzecz biorąc, musisz przygotować grafikę lub zdjęcie o wymiarach 2560 x 1440 pikseli, w których na środku, w poziomie, znajdować się będzie główny element grafiki.

Pole oznaczone zewnętrzną ramką będzie wyświetlane na telewizorach. Jest to cała powierzchnia grafiki — jej maksymalny rozmiar, który wysyłasz do YouTube: 2560 x 1440 pikseli.

Pole oznaczone na rysunku 5.6 szarością będzie wyświetlane na tabletach; ma ono wymiary 1855 x 423 piksele.



**Rysunek 5.6.** Rozmiar grafiki kanału na tabletach

Nieco inaczej będzie wyglądać grafika na komputerach — pole oznaczone na rysunku 5.7 szarociami ma zmienną szerokość, ale stałą wysokość: 423 piksele. Szerokość będzie się zmieniać w zależności od szerokości ekranu komputera i (lub) szerokości okna przeglądarki internetowej. Szerokość minimalna to 1546 pikseli, a maksymalna — 2560 pikseli. Stąd można też wywnioskować, że bezpieczny obszar dla umieszczania kluczowej informacji na grafice to 1546 x 423 piksele.



**Rysunek 5.7.** Rozmiar grafiki kanału na komputerach i laptopach

Na smartfonach i telefonach komórkowych wyświetlany będzie wspomniany bezpieczny obszar (1546 x 423 piksele), który będzie dodatkowo przeskalowany do szerokości ekranu urządzenia.

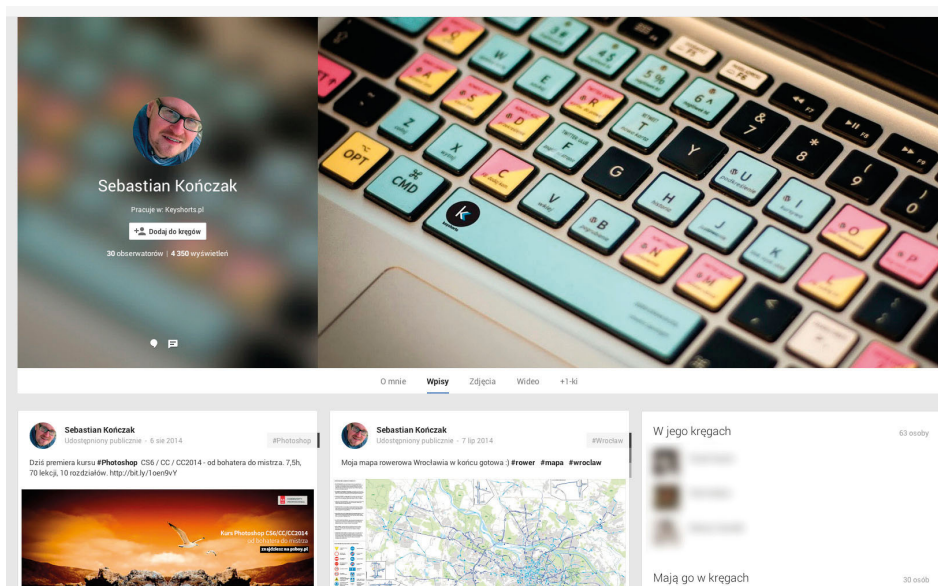
Tak naprawdę wszystkie te tła będą wyświetlane w dwukrotnym pomniejszeniu. Tworzymy je jednak w takim rozmiarze, by prawidłowo wyświetlały się na ekranach Retina i HiDPI, gdzie potrzeba właśnie dwa razy większych plików, aby wyświetlić właściwy rozmiar w odpowiedniej ostrości.

### 5.3.3. Tworzenie statycznych plansz do filmów wideo

Styczne plansze do filmów przesyłanych na YouTube muszą mieć wymiary tego filmu. Obecnie oznacza to albo HD (1280 x 720 pikseli), albo Full HD (1920 x 1080 pikseli). Tworząc nowy dokument w Photoshopie, najlepiej jest wybrać z menu *Ustawienia domyślne (Preset)* pozycję *Film i wideo (Film & Video)*, a potem z menu *Rozmiar (Size)* wybrać *HDV/HDTV 720p/29.97* dla filmów w HD bądź *HDTV 1080p/29.97* dla filmów w Full HD. Te ustawienia wstępne mają też tę zaletę, że automatycznie tworzą linie pomocnicze tzw. bezpiecznych obszarów dla napisów (*title-safe*). Pamiętaj o tym, by nie umieszczać napisów i (lub) elementów graficznych pomiędzy tą linią a krawędzią dokumentu, ponieważ w wyniku konwersji w YouTube, albo z powodu wyświetlanych reklam, takie napisy mogą być ucięte bądź całkowicie niewidoczne.

## 5.4. Google+

Podczas personalizacji profilu w sieci Google+ musimy stworzyć zdjęcie profilowe oraz tło (rysunek 5.8). Zdjęcie profilowe będzie kadrowane w okrąg, a tło będzie się dopasowywać do szerokości ekranu użytkownika.



Rysunek 5.8. Wygląd profilu Google+ na komputerze

### 5.4.1. Zdjęcie profilowe

Zdjęcie profilowe ma wymiary 250 x 250 pikseli, taki jest zatem minimalny rozmiar pliku o tym przeznaczeniu. Google radzi jednak, żeby wysyłać zdjęcia lub grafiki o większym rozmiarze. Proponuję w takim razie wysyłać pliki o rozmiarze równym wielokrotności 250 x 250 pikseli, czyli np. 500 x 500, 1000 x 1000. Dlaczego tak? Ponieważ wtedy przy pomniejszaniu do finalnych 250 x 250 pikseli wykonujemy dzielenie z resztą całkowitą: przy 500 x 500 dzielimy przez 2. Równa reszta sprawia, że skalowanie jest prawidłowe, bez przekłamań i produkowania pikseli pośrednich.

Zdjęcie profilowe na Google+ kadrowane jest w okrąg. Jeśli chcesz sprawdzić, jak ostatecznie będzie wyglądać Twoja grafika albo zdjęcie, wybierz w Photoshopie narzędzie *Zaznaczanie eliptyczne (Elliptical Marquee)*, najedź na lewą górną krawędź dokumentu, a następnie kliknij i przeciągnij do prawego dolnego rogu, jednocześnie wciskając klawisz *Shift*. To spowoduje stworzenie idealnie okrągłej selekcji, która będzie się stykać z bokami dokumentu (rysunek 5.9). Jeżeli na dokumencie coś wystaje poza okrąg, na profilu Google+ będzie obcięte, więc trzeba to poprawić.



**Rysunek 5.9.** Narzędzie Zaznaczanie eliptyczne może służyć za podgląd tego, jak kadrowane będzie zdjęcie profilowe w Google+

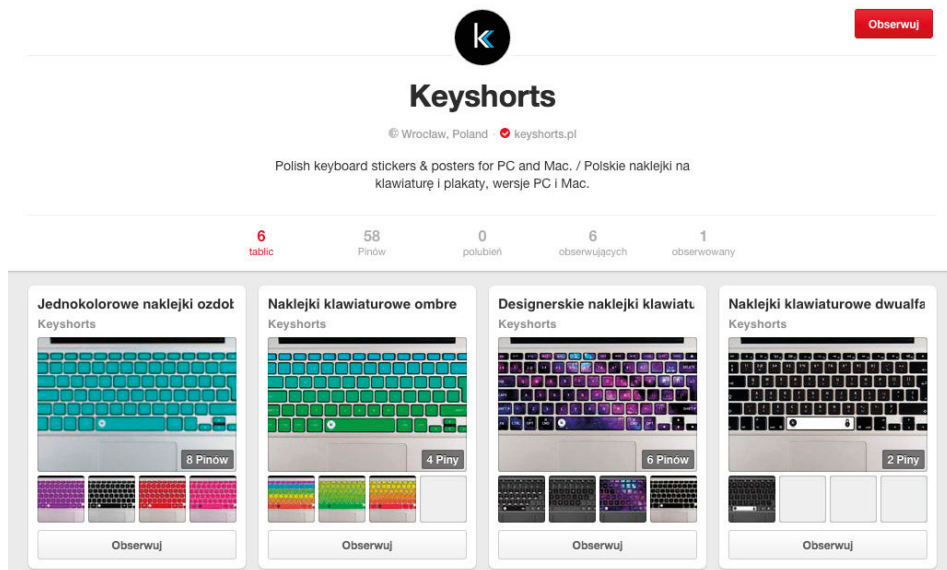
## 5.4.2. Tło profilu

Tło profilu (tu nazywane *cover image*) powinno pokazywać — podobnie jak na Twitterze — to, kim jesteś lub czym się zajmujesz. Na profilach marek może to być zdjęcie wprowadzające klientów w odpowiedni klimat albo scenierię właściwą dla Twoich produktów. Prostym przykładem będzie piękne zdjęcie gór dla sklepu ze sprzętem wspinaczkowym.

Google rekomenduje tworzenie tła w rozmiarze 1080 x 608 pikseli, bo taki finalnie będzie jego rozmiar na stronie profilu. Można przysyłać zdjęcia mniejsze bądź większe (do 2120 x 1192 piksele), ale jak już pewnie widzisz, ta maksymalna wartość nie jest równa dwukrotnej wartości docelowej, zatem wysyłając takie duże zdjęcie, będziemy mieli do czynienia z niewłaściwym skalowaniem. Trzymaj się rozmiaru 1080 x 608 pikseli i formatu JPEG.

## 5.5. Pinterest

Pinterest jest skarbnicą inspiracji i świetnym miejscem na promowanie produktów typowo wizualnych (takich jak plakaty, ceramika, przedmioty do domu). Można tu założyć profil firmowy i z tego poziomu udostępniać zdjęcia swoich produktów (rysunek 5.10).



Rysunek 5.10. Profil marki Keyshorts na Pintereste



### 5.5.1. Ikona profilu

Profil na Pinterście nie ma tła jak inne kanały social media. Jedyne, co możemy tu dodać, to ikona strony. Ma ona wymiary 165 x 165 pikseli. Możesz zatem przysyłać właśnie taki rozmiar lub jego wielokrotność: 330 x 330, 660 x 660 itd. Możesz także stworzyć złudzenie ikony kadrowanej w okrąg (jak na profilu marki Keyshorts), projektując taką grafikę ręcznie w Photoshopie. Zasada jest taka sama jak przy tworzeniu zooma zdjęcia produktowego, opisanego w rozdziale 3.

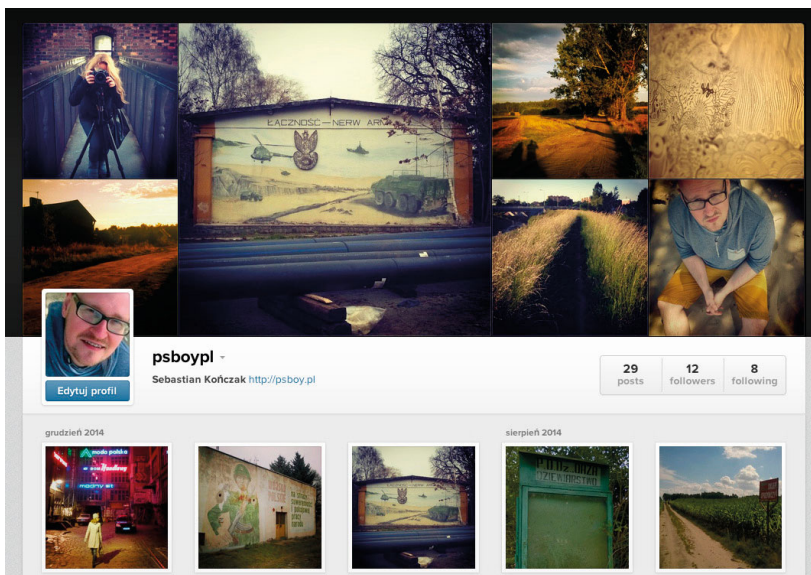
### 5.5.2. Wytyczne dla zdjęć

Zdjęcia, które dodajesz na Pinterest, są potem wyświetlane na głównej stronie jako kafelki. Te kafelki są zawsze skalowane do szerokości 236 pikseli. Pinterest nie ogranicza wysokości zdjęć, więc możesz to w razie potrzeby wykorzystać.

Tablice, które stworzysz na profilu, mają swoje „okładki”. Wiele osób używa do tego celu jednego ze zdjęć wewnątrz tablicy, ale nie jest to optymalne rozwiązanie. Pinterest kadruje takie zdjęcie od jego środka do rozmiaru 222 x 150 pikseli. Jeśli zatem chcesz mieć pełną kontrolę nad okładkami tablic, przygotuj dla nich specjalne grafiki w tym rozmiarze.

## 5.6. Instagram

Instagram to społeczność zbudowana wokół aplikacji służącej do fotografowania i umieszczania zdjęć w tej sieci społecznościowej. Profil konta na Instagramie pokazuje rysunek 5.11. Od strony biznesowej jest to ciekawe medium dla marek lifestyle'owych i tych, których produkty są silnie wizualne i fotogeniczne.



Rysunek 5.11. Profil na Instagramie z przełomu roku 2014 i 2015



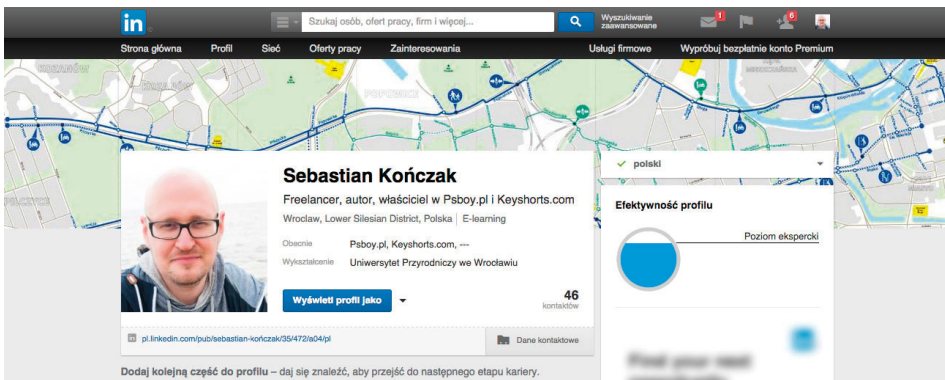
Zdjęcie profilowe na Instagramie ma wymiary 110 x 110 pikseli, więc wysyłaj je albo w takim rozmiarze, albo powiększone dwa bądź cztery razy (220 x 220 lub 440 x 440 pikseli) — będzie wtedy prawidłowo przeskalowywane.

Profil na Instagramie nie ma tła jako takiego. Instagram wyświetla kolaż Twoich zdjęć, dlatego dobrym pomysłem na początku Twojej obecności w tym medium jest wrzucenie około dziesięciu zdjęć, tak by algorytm miał z czego taki kolaż zbudować.

Zdjęcia przesyłane na Instagram wyświetlane są zawsze w proporcji 1:1 i rozmiarze 612 x 612 pikseli, mimo że sam plik będzie miał 640 x 640 pikseli. Podczas fotografowania pamiętaj o tym, że w trakcie wstawiania zdjęcia na profil trzeba będzie je wykadrować w kwadrat (to może nieść za sobą pewne ograniczenia). Polecam także fotografować poprzez dedykowaną aplikację — zdjęcia mają wówczas dobrą jakość i wyświetlane są w odpowiedniej wielkości. Zdjęcia wrzucane poprzez zewnętrzne aplikacje często są traktowane przez Instagram gorzej — mają mniejszy rozmiar i gorszą jakość.

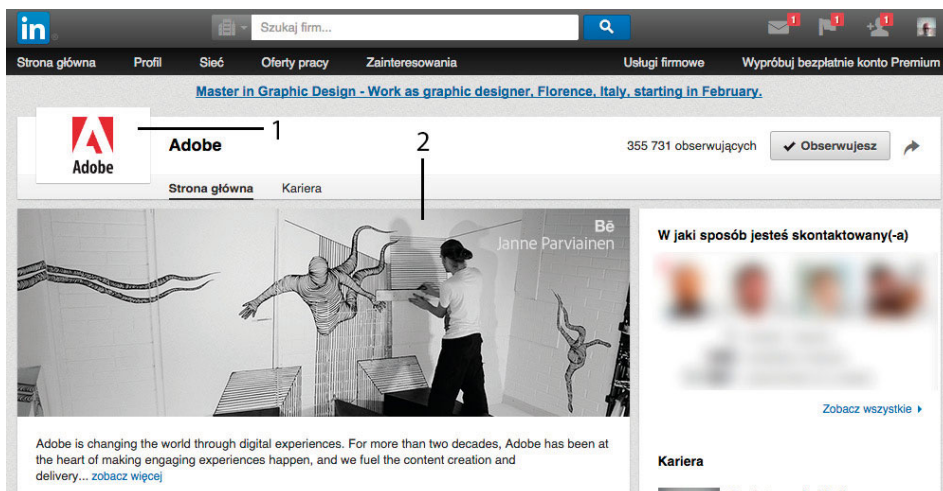
## 5.7. LinkedIn

LinkedIn to globalna sieć społecznościowa służąca do networkingu specjalistów, pracowników i firm. Ta sieć jest przydatna, jeśli szukasz kontaktów biznesowych lub pracowników. LinkedIn dzieli profile na osobiste (rysunek 5.12) i firmowe. Od niedawna na profilach osobistych istnieje możliwość umieszczenia grafiki w tle profilu. Zalecany jej rozmiar to 1400 x 425 pikseli. Pamiętaj, by nie umieszczać na grafice ważnych elementów w środkowej i dolnej części — te miejsca będą przykryte innymi składnikami strony.



Rysunek 5.12. Przykładowy wygląd profilu osobistego na LinkedIn

W przypadku profili firmowych mamy do dyspozycji baner, logo i ewentualnie większy baner w sekcji *Kariera*. Baner jest sporą grafiką widoczną poniżej belki z dużym logo firmy i jej nazwą (rysunek 5.13). Jest on odpowiednikiem tego na profilach innych sieci społecznościowych — buduje klimat i przekazuje to, co marka tworzy lub czym się kieruje. Baner jest wyświetlany w rozmiarze 646 x 220 pikseli, więc wysyłaj pliki o takim rozmiarze albo jego wielokrotności, np. 1292 x 440 pikseli. Maksymalny rozmiar przesyłanego pliku to 2 megabajty.



**Rysunek 5.13.** Profil marki Adobe na LinkedIn: 1 — duże logo, 2 — baner

W lewym górnym rogu profilu firmowego znajduje się duże logo. Ta grafika wyświetlana jest w rozmiarze 100 x 60 pikseli. Proponuję umieścić tu pełne logo firmy (sygnet z logotypem). Ta sama grafika pojawia się także w sekcji *Firmy, które możesz chcieć obserwować*. Zalecam tutaj używanie pliku PNG.

Ostatnią grafiką, którą musimy spersonalizować, jest kwadratowe logo, które pokazuje się głównie podczas wyszukiwania. Ten plik ma wymiary 50 x 50 pikseli. Sugeruję tu stosowanie pliku PNG.

Jeśli Twoja firma rekrutuje poprzez LinkedIn, ma możliwość robienia tego na osobnej, specjalnej podstronie *Kariera*. Ta podstrona oferuje do wykorzystania spory baner, o wymiarach 974 x 300 pikseli, na którym proponuję umieszczać ciekawe zdjęcie z dodatkowym tekstem, np. sloganem lub hasłem i grafikami typu logo albo inne elementy graficzne.

## 5.8. Tumblr

Tumblr (czyt. *tambler*) jest popularną platformą blogową z elementami sieci społecznościowej (rysunek 5.14). Jeżeli nie chcesz zakładać własnego blogu na Wordpressie, ale chcesz łatwo udostępniać materiały znalezione w sieci i przy okazji dotrzeć do społeczności nastolatków, blog na Tumblr będzie dobrym pomysłem.



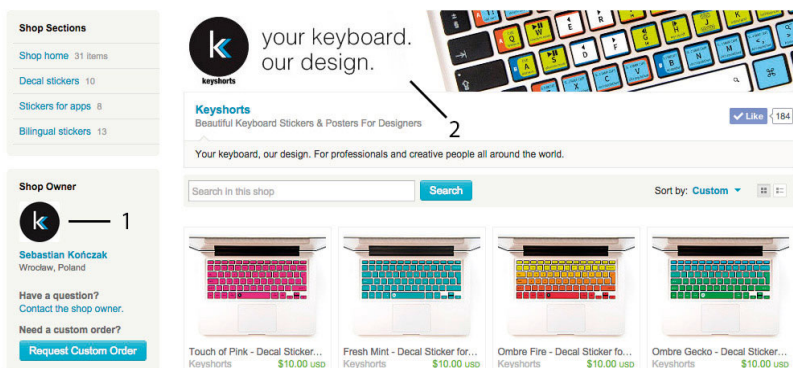
**Rysunek 5.14.** Strona główna blogu marki Keyshorts na Tumblr

Zdjęcie profilowe Twojego blogu musi być dopasowane do jego układu. Podczas tworzenia blogu masz możliwość wyboru jego wyglądu i układu jego poszczególnych modułów. Niektóre zdjęcia profilowe będą kwadratowe, inne przyjmą formę banera. Minimalnym rozmiarem zdjęcia jest kwadrat o boku 128 pikseli. Będzie się on pojawiał obok Twoich wpisów na stronach osób, które Cię obserwują. Będzie także widoczny jako przycisk, za pomocą którego można Cię zacząć obserwować. Proponuję korzystać tutaj z plików PNG.

Tumblr umożliwia tworzenie postów zawierających zdjęcie. Maksymalne wymiary przesyłanego zdjęcia to 1280 x 1920 pikseli. Zdjęcia są przeskalowywane do rozmiaru 500 x 750 pikseli. Ich waga nie może przekroczyć 10 megabajtów. Jeśli przesyłasz animowanego GIF-a, musi on ważyć nie więcej niż 1 megabajt i mieć maksymalną szerokość 500 pikseli.

## 5.9. Etsy

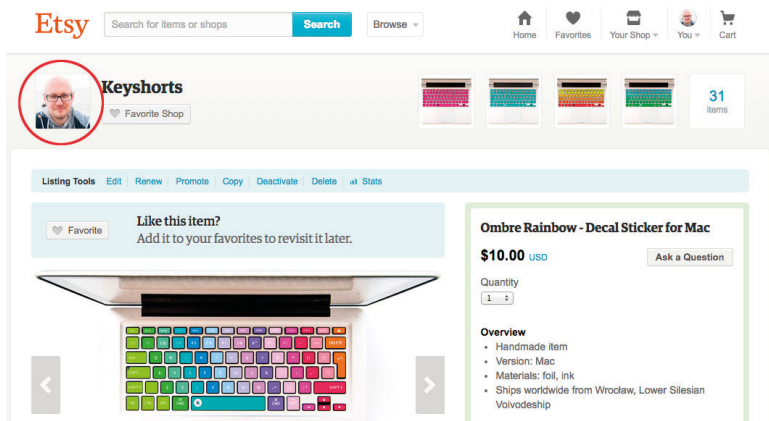
Etsy jest platformą sprzedażową dla marek wykonujących swoje produkty ręcznie lub w małych ilościach. Zakładając konto na Etsy, najpierw tworzysz profil osobowy (coś jak profil prywatny na Facebooku), a dopiero potem sklep, w którym wystawiasz swoje produkty (rysunek 5.15).



Rysunek 5.15. Sklep na Etsy: 1 — logo sklepu (zdjęcie profilowe), 2 — baner

### 5.9.1. Zdjęcie profilowe sklepu

Zdjęcie profilowe sklepu to także Twoje zdjęcie profilowe (profilu osobowego). Zakładając najpierw konto osobowe, większość osób dodaje własne zdjęcie jako awatar. To niestety ma swoje odbicie w sklepie powiązanim z danym kontem, ponieważ okazuje się, że logo sklepu jest... zdjęcie profilowe osoby prowadzącej sklep (rysunek 5.16). Dlatego jeśli chcesz zmienić logo sklepu, zmień swoje zdjęcie profilowe. Wysyłaj grafiki wykadrowane w kwadrat, bez przezroczystości (kiedy Etsy napotka plik PNG z przezroczystością, produkuje dziwne awatary). Unikaj też w awatarze tekstu.



Rysunek 5.16. Typowy problem na Etsy, gdzie logo sklepu jest awatar profilu prywatnego

## 5.9.2. Baner i zdjęcia w sekcji „O nas”

Baner widoczny jest na stronie głównej sklepu i ma zastosowanie typowo promocyjne. Etsy zaleca, by umieścić tu koniecznie nazwę sklepu i zdjęcie pokazujące charakter sprzedawanych produktów. Wymiary banera to 760 x 100 pikseli. Plik może mieć format JPEG, PNG lub GIF i maksymalną wagę 2 megabajtów. Razem z logo sklepu baner powinien tworzyć spójny obraz marki na Etsy.

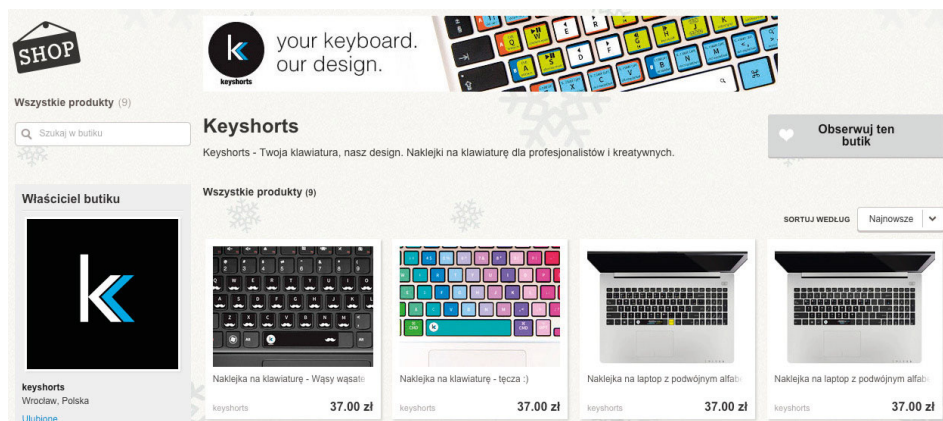
Każdy sklep na Etsy ma również podstronę *O nas*, na której należy się zaprezentować, pokazać, jak powstają produkty i kim się jest. Dodawane tutaj zdjęcia wyświetlane są w rozmiarze 760 x 428 pikseli.

## 5.9.3. Wytyczne dla zdjęć produktowych

Etsy nie ma specjalnych wymagań co do zdjęć produktowych. Jeżeli spróbujesz wysłać plik o szerokości mniejszej niż 570 pikseli, dostaniesz ostrzeżenie, że taki plik może mniej ciekawie wyglądać w listingach produktów (dotyczy tylko sytuacji, gdy taki plik jest wysyłany jako pierwszy, czyli jest zdjęciem przewodnim produktu). Idealnie byłoby przesłać trzy, cztery pliki: packshot, zdjęcie w środkowisku użycia, zoom i ewentualnie fotografię produktu przedstawiającą również człowieka.

## 5.10. DaWanda

DaWanda jest serwisem sprzedażowym podobnym do Etsy. Także tutaj można sprzedawać wyłącznie produkty wytworzone ręcznie lub w małych ilościach. W przypadku sprzedaży produktów artystycznych, vintage, ceramiki i przedmiotów użytku domowego jest to miejsce lepsze niż Allegro. Sklepy na DaWandzie funkcjonują pod nazwą butików (rysunek 5.17).



Rysunek 5.17. Butik marki Keyshorts na DaWandzie



### 5.10.1. Zdjęcie profilowe i baner

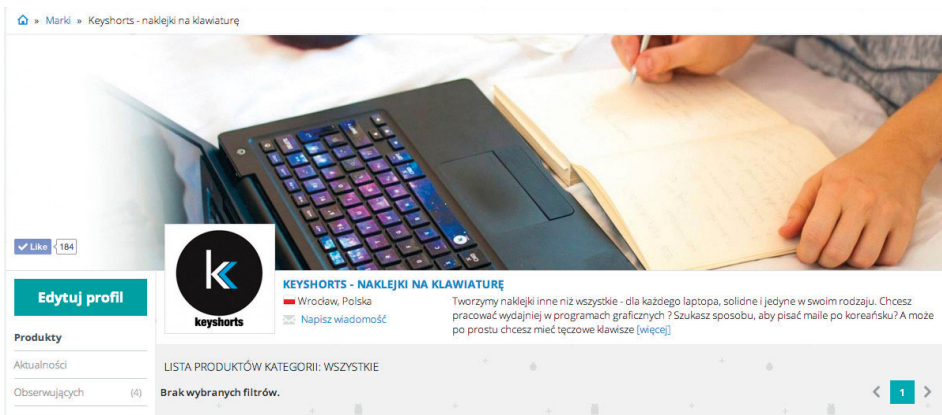
Zdjęcie profilowe, podobnie jak w Etsy, pobierane jest z profilu właściciela sklepu — zamiast zatem wysyłać tam swój portret, wyślij logo sklepu. Wysyłany plik musi być w proporcji 1:1. Baner sklepu wygląda i działa tak jak na Etsy, z tym że tutaj jego maksymalne wymiary to 980 x 200 pikseli.

### 5.10.2. Wytyczne dla zdjęć produktowych

Zdjęcia produktowe przesyłane na DaWandę mogą mieć dowolny rozmiar i maksymalną wagę 4 megabajtów. Podczas ustawiania tzw. standardu (czyli przewodniego zdjęcia produktu) możesz określić kadrowanie miniaturki, która będzie się pojawiać w listingach kategorii i wynikach wyszukiwania. Taka miniaturka będzie miała rozmiar 160 x 120 pikseli. Zadbaj więc, aby w jej ramach pokazać możliwie pokazać jak najwięcej produktu.

## 5.11. MyBaze

MyBaze jest kolejnym portalem sprzedażowym podobnym do Etsy, ale twórcy tego serwisu nastawili się bardziej na oferowanie produktów z kategorii designu, sztuki i mody. Stronę sklepu na MyBaze przedstawia rysunek 5.18.



Rysunek 5.18. Sklep marki Keyshorts na MyBaze

### 5.11.1. Zdjęcie profilowe

Inaczej niż w przypadku Etsy czy DaWandy sklepowi można nadać właściwe zdjęcie profilowe bądź też, właściwie rzecz ujmując, logo. Wysyłaj plik wykadrowany w kwadrat. Logo wyświetlane jest w rozmiarze 140 x 140 pikseli.



### 5.11.2. Tło sklepu

MyBaze oferuje dużą przestrzeń na tło sklepu. Jest ono wyświetlane w rozmiarze 1195 x 300 pikseli. W przesyłanej grafice lub zdjęciu nie umieszczaj niczego w lewym dolnym rogu. Tu znajdzie się fragment logo i ewentualnie licznik polubień fanpage'a na Facebooku.

### 5.11.3. Wytyczne dla zdjęć produktowych

Jedynym ograniczeniem dla zdjęć produktowych na MyBaze jest ich minimalna szerokość, wynosząca 500 pikseli. Można dodać do ośmiu zdjęć dla jednego produktu.



# 6.

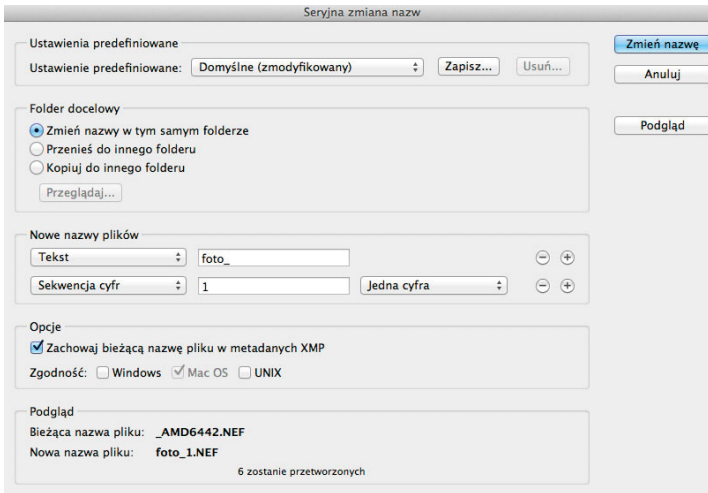
## Automatyzacja i przyspieszanie pracy

Był sobie kiedyś pewien mądry człowiek, który w Photoshopie stworzył operację i skrypt, a potem... już nie musiał pracować. To oczywiście wymyślony scenariusz, ale mniej więcej pokazuje, jak potężnym narzędziem może być automatyzacja pracy w Photoshopie. Dzięki niej możesz wykonać tytaniczną pracę nawet w kilka sekund. Jeśli masz wyjątkowo duży zbiór zdjęć do obróbki i odpowiednią operację, droplet lub skrypt, nie będzie przesadą stwierdzenie, że pracę normalnie zajmującą rok zrobisz w dobę. Ten rozdział polecam ludziom, którzy kierują dużym sklepem internetowym z tysiącami produktów albo w nim pracują. Im opisane tu narzędzia z pewnością ułatwią życie. Zainteresowany? Zobaczmy więc, jak się to wszystko robi w Photoshopie.

## 6.1. Seryjna zmiana nazw plików

Czasami zachodzi konieczność stosowania konkretnych nazw plików bądź schematu nazywania plików. Takie wymagania może mieć np. system sklepowy. Aby nie zmieniać tych nazw ręcznie, wystarczy uruchomić narzędzie *Seryjna zmiana nazw* (*Batch Rename*) w programie Bridge.

W Bridge’u zaznacz zdjęcia lub folder z plikami, a następnie z menu *Narzędzia* (*Tools*) wybierz *Seryjna zmiana nazw* (*Batch Rename*). Okno dialogowe składa się z kilku sekcji (rysunek 6.1). *Folder docelowy* (*Destination Folder*) służy do określenia, gdzie chcemy zapisać zmienione pliki. Możesz zmodyfikować nazwę plików w zaznaczonym folderze, zmienić nazwy kopii plików albo przenieść pliki ze zmienionymi nazwami do nowego folderu.



**Rysunek 6.1.** Okno dialogowe Seryjna zmiana nazw (Batch Rename) w Bridge’u CC

Sekcja *Podgląd* (*Preview*) — na samym dole — pokazuje, jak wygląda nazwa pliku teraz i jak będzie wyglądać po zamianie. W sekcji *Nowe nazwy plików* (*New Filenames*) ustawiamy reguły nazywania plików. Liczba takich reguł może być zmienna i mogą one być różnego typu: tekst, rozszerzenie pliku, sekwencja liter bądź cyfr, data, nazwa folderu. Dla naszych potrzeb wybierzmy *Tekst* (*Text*) i wpiszmy **foto\_**. Jeśli nie ma więcej reguł, kliknij w plus, by stworzyć dodatkową. Wybierz sekcję *Sekwencja cyfr* (*Sequence Number*) i ustaw początkowy numer na 1. Wybierz też *Dwie cyfry* (*Two Digits*), wtedy numer jeden będzie miał postać 01.

Na końcu kliknij w przycisk *Zmień nazwę* (*Rename*) i obserwuj, jak dzieje się magia.

## 6.2. Seryjne pomniejszanie zdjęć

Jeżeli potrzebujesz hurtowo pomniejszyć wiele zdjęć (np. wygenerować miniaturki), skorzystaj ze skryptu *Procesor obrazów* (*Image Processor*) w Photoshopie (rysunek 6.2).



**Rysunek 6.2.** Okno dialogowe skryptu Procesor obrazów (*Image Processor*)

Otwórz Photoshopa i z menu *Plik/Skrypty* (*File/Scripts*) wybierz *Procesor obrazów* (*Image Processor*). Ten skrypt pozwala wykonywać operacje na wielu plikach naraz, ale my użyjemy go tylko do pomniejszania zdjęć.

W kroku pierwszym wybieramy folder ze zdjęciami, które chcemy pomniejszyć. Kliknij na przycisk *Wybierz folder* (*Select Folder*) lub zaznacz opcję *Użyj otwartych obrazów* (*Use Open Images*), jeśli te zdjęcia są już otwarte w Photoshopie.

W kroku drugim wybieramy folder docelowy. Domyślnie zaznaczona jest opcja *Zapisz w tym samym miejscu* (*Save in Same Location*), co zapisze pliki w folderze źródłowym, w podfolderze JPEG. Możemy też wskazać inny folder, klikając na *Wybierz folder* (*Select Folder*).

W kroku trzecim określamy format pliku. Dla nas użyteczny będzie tylko JPEG — ustaw *Jakość* (*Quality*) na pożądaną (im większa cyfra, tym większa jakość) i zaznacz opcję *Dostosuj rozmiar* (*Resize to Fit*). W pole *Sz* (*W*) wpisz szerokość zdjęcia poziomego, a w pole *W* (*H*) — wysokość zdjęcia pionowego. W kroku czwartym nic nie zmieniaj.

Kliknij *Uruchom* (*Run*) i obserwuj, jak Photoshop ładuje po kolei wszystkie zdjęcia i je pomniejsza. Na końcu przejdź do folderu ze zdjęciami źródłowymi i wejdź w podfolder *JPEG* — tam będą się znajdować pomniejszone wersje.

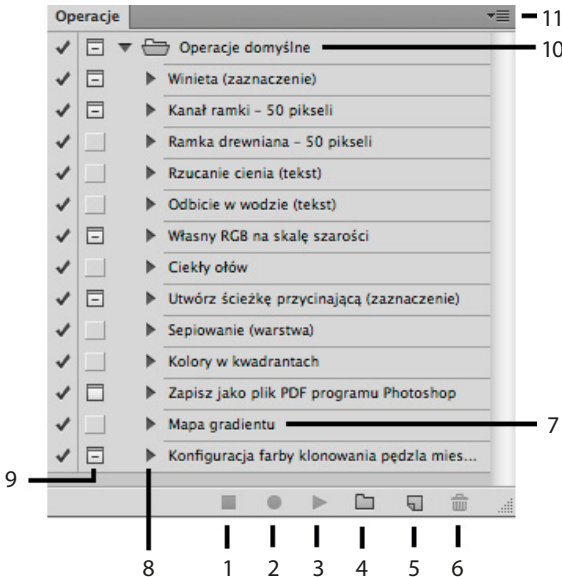
## 6.3. Wykorzystywanie operacji

*Operacje* (*Actions*) pozwalają nagrywać czynności wykonywane w Photoshopie i potem powtarzać je z wielką prędkością. Możemy tworzyć własne operacje albo korzystać z operacji gotowych, stworzonych przez inne osoby. Internet jest pełen takich operacji, więc polecam przeszukać sieć, zanim zajmiesz się tworzeniem konkretnej operacji. Warto oszczędzać czas, jeśli się da.

Operacje są zapisywane w plikach ATN. Aby zainstalować w Photoshopie zestaw pobranych akcji, kliknij dwukrotnie w plik *.atn*. Teraz wejdź do Photoshopa i uruchom panel *Operacje* (*Actions*) z menu *Okno* (*Window*). Jeżeli na liście operacji widnieją nowe pozycje lub nowy zestaw operacji, nic już nie musisz robić. Jeśli to nie działa, w panelu *Operacje* (*Actions*) kliknij na ikonę menu i z niego wybierz *Wczytaj operacje* (*Load Actions*). W oknie dialogowym wskaż plik *.atn* i operacje zostaną zainstalowane.

### 6.3.1. Uruchamianie operacji

Panel operacji (rysunek 6.3) zawiera listę operacji, które mogą być pogrupowane jako *Zestaw* (*Set*). Dodatkowo mamy tutaj ikony na dole panelu, które służą do odtwarzania, nagrywania i kontroli nad przebiegiem operacji.




**Rysunek 6.3.** Panel Operacje (Actions):  
1 — zatrzymanie operacji, 2 — nagrywanie,  
3 — odtwarzanie, 4 — nowy zestaw, 5 —  
nowa operacja, 6 — usuń operację lub zestaw,  
7 — nazwa operacji, 8 — rozwinięcie kroków  
operacji, 9 — blokowanie okien dialogowych,  
10 — nazwa zestawu, 11 — opcje panelu



Aby uruchomić operację, zaznacz ją na liście i kliknij w przycisk play — *Wykonaj bieżące zaznaczenie (Play selection)*. Podczas odtwarzania operacji możesz ją zatrzymać, wciskając przycisk stop — *Zatrzymaj wykonywanie lub nagrywanie (Stop playing/recording)*.

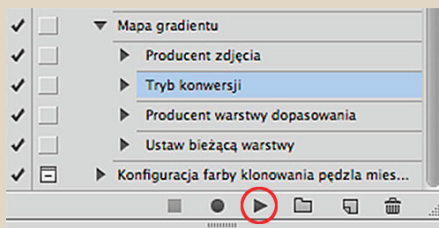
### 6.3.2. Kontrola działania operacji

Niekiedy potrzebujemy zmodyfikować domyślny tryb odtwarzania operacji, czasami dla celów sprawdzenia, czy nagrana operacja działa właściwie. Bywa też tak, że niektóre operacje wymagają podania parametrów w oknach dialogowych narzędzi — przy obróbce więcej niż dziesięciu zdjęć może to być frustrujące. Photoshop daje nam możliwość pokonania tej trudności.

Jeśli masz problem z wyskakującymi oknami dialogowymi uruchamianymi w ramach operacji i chcesz zastosować po prostu domyślne ustawienia, kliknij w ikonkę  po lewej stronie od nazwy operacji. Ikona po kliknięciu na nią nie powinna być już podświetlona. Teraz, odtwarzając tę operację, Photoshop nie będzie wyświetlał okien dialogowych i będzie stosował domyślne wartości parametrów określone w operacjach. Włączanie okien dialogowych jest przydatne, jeżeli dla każdego dokumentu musisz ustawić osobne parametry, np. różną siłę wyostżenia w zależności od rozmiaru zdjęcia i jego obecnej nieostrości.



Jeśli chcesz spowolnić działanie operacji, by prześledzić dokładnie, co robi, wejdź w menu opcji panelu *Operacje (Actions)* i wybierz *Opcje wykonywania (Playback Options)*. Domyślnie wybrana jest opcja *Przyspieszone (Accelerated)*, czyli Photoshop wykonuje zadania najszybciej, jak się da. *Krok po kroku (Step by Step)* będzie pauzować wykonywanie operacji na sekundę co każdy krok. *Przerwa dla (Pause For)* pozwala zatrzymywać wykonywanie operacji co określoną liczbę sekund.

**WSKAZÓWKA:** Nie musisz wykonywać całej operacji od początku do końca. Możesz np. zacząć od któregoś kroku. Kliknij w trójkąt po lewej stronie operacji, by wyświetlić listę jej etapów. Zaznacz ten, od którego chcesz zacząć, i kliknij w ikonkę play (rysunek 6.4).



**Rysunek 6.4.** Wykonywanie operacji Mapa gradientu (Gradient Map) od kroku Tryb konwersji (Convert Mode)

### 6.3.3. Nagrywanie i edycja operacji

Przed nagraniem operacji przygotuj sobie dokument w takim stanie, aby po wciśnięciu przycisku nagrywania od razu nagrywać to, czego potrzebujesz. Kiedy jesteś gotowy, kliknij w ikonę nowej operacji . W okienku dialogowym podaj nazwę operacji i ewentualnie wybierz zestaw. Możesz także stworzyć skrót klawiszowy do tej operacji. Kliknij OK. Teraz kliknij ikonę  w panelu *Operacje* (*Actions*). Ikona zapali się na czerwono i od tego momentu Photoshop będzie rejestrować Twoje działania. Po zakończeniu wszystkich działań kliknij w przycisk stop, by zakończyć nagrywanie.

Jeśli zapomniałeś o jakimś kroku, nie ma problemu. Możesz dograć do operacji dodatkowe kroki lub je usunąć. Rozwiń etapy nagranej operacji i zaznacz ten, po którym chcesz dograć kolejne. Kliknij ikonę nagrywania, wykonaj potrzebne kroki i kliknij w ikonkę stop.

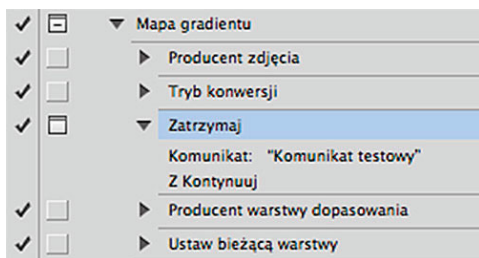
Jeżeli chcesz usunąć kroki, zaznacz je (gdy chcesz zaznaczyć kilka naraz, użyj klawisza *Shift* podczas klikania w kroki) i kliknij ikonę kosza.

W następnej sekcji omówię zaawansowane kwestie związane z nagrywaniem operacji, czyli kroki warunkowe i znaczniki (zatrzymania).

### 6.3.4. Znaczniki i kroki warunkowe

Znaczniki służą do wyświetlania informacji podczas odtwarzania operacji. Są one przydatne w momencie, w którym tworzysz operację dla kogoś, kto do końca nie wie, jak ona działa. Jeśli tworzysz operacje tylko dla siebie, możesz spokojnie pominąć znaczniki.

Aby dodać znacznik, zaznacz krok w operacji, po którym ma się on pojawić. Potem wejdź w menu opcji panelu *Operacje* (*Actions*) i wybierz polecenie *Wstaw znacznik* (*Insert Stop*). W pole *Komunikat* (*Message*) wpisz wiadomość, a później zaznacz opcję *Pozwól dokończyć* (*Allow Continue*) — to pozwoli Tobie lub innej osobie kontynuować wykonywanie operacji. Gotowy krok ze znacznikiem pokazuje rysunek 6.5.



**Rysunek 6.5.** Znacznik w liście kroków operacji oznaczony jest w wersji polskiej jako Zatrzymaj, co może być nieco mylące. W wersji angielskiej ta funkcja nazywa się po prostu Stop

W Photoshopie CC pojawiła się możliwość umieszczania w operacjach kroków warunkowych. Do wersji CC operacje nie mogły zawierać operacji logicznych typu: jeśli zdjęcie jest poziome, to wykonaj krok A, jeśli nie, wykonaj krok B. Teraz jest to możliwe.

Zanim wstawimy krok warunkowy, musimy stworzyć dwie operacje: pierwsza będzie uruchamiana, gdy rezultat kroku warunkowego będzie prawdziwy, druga — gdy będzie fałszywy.

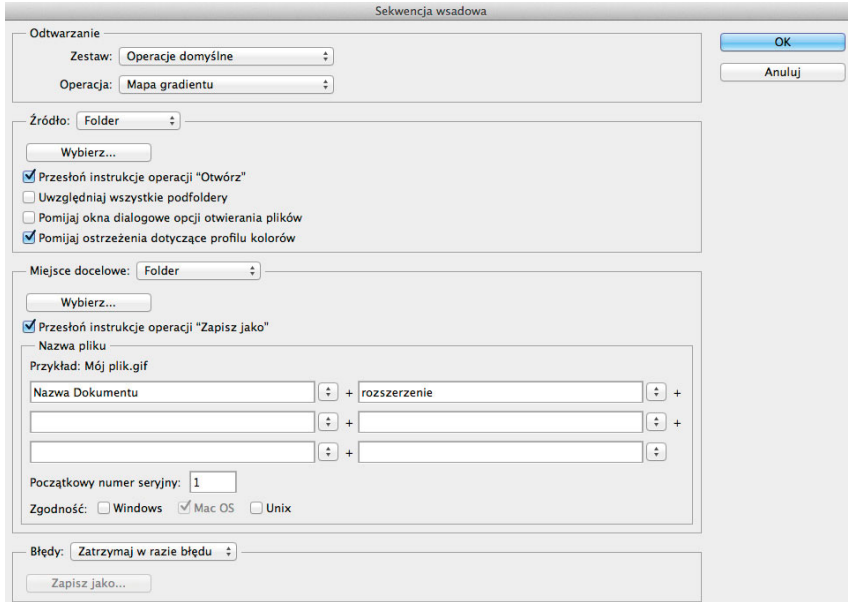
Kiedy masz już utworzone te operacje, przejdź do głównej operacji i zaznacz krok, po którym ma nastąpić krok warunkowy. Teraz wejdź w menu opcji panelu *Operacje (Actions)* i wybierz polecenie *Wstaw operację warunkową (Insert Conditional)*.

Menu *Stan bieżącego dokumentu (If Current)* określa warunek do spełnienia. Mamy tutaj do wyboru kilkanaście opcji, my wybierzmy np. *Dokument jest w trybie poziomym (Document is Landscape)*. Zapytanie będzie zatem brzmieć: „Jeżeli dokument jest poziomy, to wtedy...”. Z menu *Wtedy odtwórz operację (Then Play Action)* wybieramy operację, która ma być wykonywana, jeśli powyższe stwierdzenie jest prawdziwe, a z menu *W przeciwnym razie odtwórz operację (Else Play Action)* wybieramy operację, która ma być wykonywana, jeśli stwierdzenie jest fałszywe.

Kroki warunkowe są bardzo przydatne, kiedy obrabiamy wiele różnych plików. Niektóre pliki bez kroków warunkowych mogłyby nie zostać obrabione prawidłowo albo wyrzucałyby błędy programu. Wyobraźmy sobie np. sytuację, gdy zamieniamy dokument kolorowy na wersję czarno-białą. Jeśli dokument ma warstwy (poza podstawową *Tło*), to usunięcie kolorów zajdzie tylko na warstwie aktywnej. Warto wtedy stworzyć krok warunkowy, który — w przypadku gdy stwierdzenie *Dokument zawiera warstwy (Document has Layers)* jest prawdziwe — wykona opcjonalny krok spłaszczania warstw (skrót *Ctrl+E*, na macu *Cmd+E*).

## 6.4. Seryjne stosowanie operacji

Operacje same w sobie nie są tak użyteczne, jak by się mogło wydawać. Owszem, przyspieszają pracę, ale do pewnego stopnia. Jeśli masz do obróbki setki zdjęć i dziesiątki folderów, otwieranie tego wszystkiego w Photoshopie i klikanie na każdym zdjęciu play już po paru chwilach zacznie irytować. Dlatego w Photoshopie mamy narzędzie do automatycznego wykonywania operacji na wielu plikach i folderach. Wejdź w menu *Plik/Automatyzuj (File/Automate)* i wybierz *Sekwencja wsadowa (Batch)* — rysunek 6.6.



Rysunek 6.6. Okno dialogowe Sekwencja wsadowa (Batch)

W sekcji *Odtwarzanie* (*Play*) określamy zestaw operacji i samą operację, którą chcemy wykonywać na plikach lub folderach. W sekcji *Źródło* (*Source*) domyślnie zaznaczony jest *Folder* (co zalecam), możesz też wybrać *Otwarte pliki* (*Opened Files*), jeśli masz otwarte pliki w Photoshopie. Klikając na przycisk *Wybierz* (*Choose*), wybierzesz żądany folder. Proponuję zaznaczyć opcje *Prześłoń instrukcje operacji „Otwórz”* (*Suppress File Open Options Dialogs*) i *Pomijaj ostrzeżenia dotyczące profilu kolorów* (*Suppress Color Profile Warnings*), co spowoduje niewyświetlanie opcji otwierania plików i ostrzeżeń o kolorach — to z kolei blokowałoby szybkie i bezbolesne aplikowanie operacji do plików.

Sekcja *Miejsce docelowe* (*Destination*) określa, jak i gdzie gotowe pliki mają być zapisywane. Na początek musisz wybrać sposób zapisu: *Zapisz i zamknij* (*Save and Close*) nadpisze pliki źródłowe, a *Folder* pozwoli wskazać inny folder do zapisu. Kliknij wtedy w przycisk *Wybierz* (*Choose*), by wskazać folder docelowy. Zaznacz opcję *Prześłoń instrukcje operacji „Zapisz jako”* (*Override Action Save As Commands*), co umożliwi pominięcie kroków zapisu plików w operacji [pozwoli to zapisywać pliki tylko do folderu i z nazwami plików wskazanymi w oknie dialogowym *Sekwencja wsadowa* (*Batch*)]. *Nazwa pliku* (*File Naming*) określa reguły nazywania plików. Działa to podobnie jak narzędzie *Seryjna zmiana nazw* (*Batch Rename*) w Bridge’u. Pamiętaj, żeby końcową regułą było *rozszerzenie* (*extension*), ponieważ inaczej pliki będą zapisywane bez rozszerzenia pliku. Jeśli wybierzesz którąś z opcji *cyfrowy numer seryjny* (*Digit Serial Number*), ustaw wartość startową w polu *Początkowy numer seryjny* (*Starting Serial*).

Sekcja *Błędy (Errors)* określa, co Photoshop ma zrobić w przypadku wystąpienia błędów. Domyślnie po prostu zatrzyma wykonywanie zadania — *Zatrzymaj w razie błędu (Stop for Errors)*. Możesz także wybrać *Zapisz błędy do pliku (Log Errors to File)* i wskazać plik do zapisywania dziennika błędów, klikając w przycisk *Zapisz jako (Save As)*.

## 6.5. Droplety

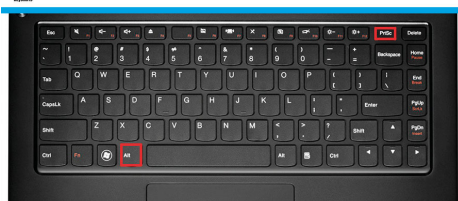
Droplety to kolejny poziom automatyzacji wykonywania operacji na plikach i folderach. W przypadku narzędzia *Sekwencja wsadowa (Batch)* musimy najpierw uruchomić Photoshopa, ustawić wszystkie parametry w oknie dialogowym *Sekwencja wsadowa (Batch)* i uruchomić pracę. W stosunku do Photoshopa droplet jest plikiem zewnętrznym. Aby go uruchomić, przeciągamy na niego pliki lub folder z plikami do obróbki. Droplet uruchomi Photoshopa i wykona wszystkie pozostałe zadania. Droplet ma tę przewagę nad sekwencją wsadową, że nie musimy uruchamiać Photoshopa i ustawiać żadnych opcji. Tworząc droplet, ustawiamy opcje, które nie mogą być potem zmienione (co w niektórych przypadkach może być wadą).

Żeby stworzyć droplet, wejdź w menu *Plik/Automatyzuj (File/Automate)* i wybierz *Utwórz droplet (Create Droplet)*. Okno dialogowe, które się pojawi, jest identyczne jak okno narzędzia *Sekwencja wsadowa (Batch)*, z jedną różnicą: sekcją *Zapisz droplet w (Save Droplet In)*. Określa się w niej nazwę dropletu i folder, w którym ma być on zapisany. W systemie Windows droplet będzie zapisany z rozszerzeniem *.exe*, natomiast w Mac OS będzie to plik z rozszerzeniem *.app*.

## 6.6. Tworzenie serii grafik ze zmiennymi elementami

Dobrym pomysłem do wykorzystania w kanałach social media są seryjne grafiki lub infografiki. Dla mojego sklepu Keyshorts takimi grafikami były przydatne skróty klawiszowe w systemach Windows i Mac OS. Każda grafika zawierała skrót i opis tego, co on robi (rysunek 6.7). Takie grafiki planowałem z wyprzedzeniem do codziennej publikacji na Facebooku. Ty też możesz wymyślić coś podobnego dla swojej branży.

 Keyshorts.pl przedstawia: **Klawiaturą na skróty #6**



### **ALT+PRINTSCREEN**

Kopiuje zrzut aktywnego okna do schowka

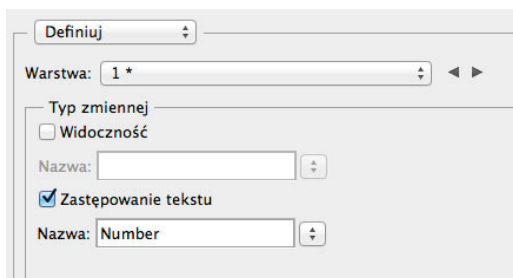
**Rysunek 6.7.** Przykładowa grafika z serii Klawiaturą na skróty, stworzona przy użyciu zmiennych w Photoshopie

Oczywiście mógłbym te grafiki tworzyć ręcznie, ale w Photoshopie mamy coś takiego jak zmienne. Pozwalają one generować grafiki bazujące na zestawach danych, w których niektóre elementy się zmieniają (u mnie skrót i opis), natomiast reszta pozostaje taka sama.

### 6.6.1. Definiowanie zmiennych

Zanim zajmiemy się definiowaniem zmiennych, czyli określaniem, które elementy grafiki mają się zmieniać, musimy oczywiście stworzyć dokument i grafikę. Z plików ćwiczeniowych, z folderu *Rozdział 6*, otwórz plik *schemat\_fb.psd*. Mamy tutaj dwie warstwy tekstowe, które będą zmienne. Elementem zmiennym w warstwie może być jej widoczność albo zawartość, a w warstwie tekstowej — widoczność i treść.

Wejść w menu *Obraz/Zmienne (Image/Variables)* i wybierz *Definiuj (Define)* — rysunek 6.8. Z menu *Warstwa (Layer)* wybierz warstwę, której chcesz przypisać zmienną. Zauważ, że ten dokument ma już przypisane zmienne. Informuje o tym gwiazdka (\*) przy nazwie warstwy. Wybierz warstwę nazwaną *1*. W sekcji *Typ zmiennej (Variable Type)* widzisz, że zaznaczone jest *Zastępowanie tekstu (Text Replacement)*, a zatem tutaj zmienną będzie sama treść napisu — w tym przypadku numer porządkowy grafiki. *Nazwa (Name)* określa nazwę zmiennej. Tutaj nazwą jest *Number*.



**Rysunek 6.8.** Warstwa z nadaną zmienną zastępowania tekstu *Number*

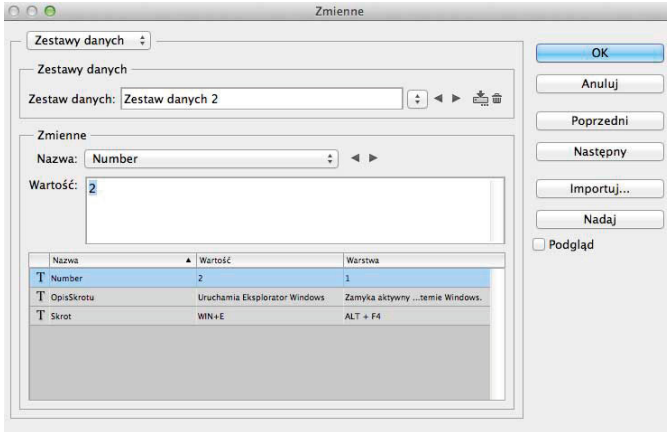
Jeśli chcesz stworzyć nową zmienną, wybierz z menu warstwę bez gwiazdki i w sekcji *Typ zmiennej (Variable Type)* zaznacz interesującą Cię „zmiennosc”, a następnie nadaj jej unikalną nazwę (bez spacji i polskich znaków). Po wszystkim kliknij na *OK*.

### 6.6.2. Tworzenie zbioru danych

Zdefiniowaliśmy już, co ma być w naszym dokumencie zmienne. Teraz musimy wskazać Photoshopowi, co ma wstawiać w miejsce zmiennych. Musimy stworzyć zbiór danych, które będą aplikowane do kolejnych kopii grafiki, poprzez utworzenie końcowej serii grafik ze zmienną zawartością.


Aby stworzyć zbiór danych, w oknie dialogowym *Zmienne (Variables)* przełącz się z *Definiuj (Define)* na *Zestawy danych (Data Sets)* — rysunek 6.9.





**Rysunek 6.9.** Zestawy danych w oknie dialogowym Zmienne (Variables)

W dokumencie jest już załadowany zewnętrzny zestaw danych, zawierający trzydzieści wpisów. Kliknij na przycisk dwóch trójkątów, by rozwinąć menu *Zestaw danych* (Data Set). Każdy wpis to jakby kolejna wersja grafiki. Każdy z nich zawiera też wpisane wartości trzech zdefiniowanych zmiennych. Wybierając jakiś wpis, widzisz w tabeli na dole okna wartości tych zmiennych dla konkretnego wpisu.

Jeśli chcesz stworzyć dodatkowy wpis (kolejną wersję grafiki), kliknij na ikonę , co spowoduje skopiowanie aktywnego wpisu jako nowego. Możesz wtedy modyfikować wartości zmiennych w tym wpisie, przechodząc do sekcji *Zmienne* (Variables). Wybierz konkretną zmienną z listy i wpisz nową wartość w pole *Wartość* (Value). Pamiętaj, że musisz podać wartości wszystkich zmiennych, żeby wpis był prawidłowy. Jeżeli nie chcesz mieć w zestawie danych któregoś z wpisów, wybierz go z menu i kliknij ikonę kosza. Możesz także zobaczyć, jak będzie wyglądał dokument z nadanym konkretnym wpisem. Wybierz go z listy *Zestaw danych* (Data Set) i zaznacz opcję *Podgląd* (Preview).

W kolejnych sekcjach powiem o tworzeniu zestawów danych w zewnętrznych plikach. Jest to łatwiejszy i szybszy sposób w przypadku, gdy chcemy przygotować więcej niż dziesięć wersji dokumentu. Tworzenie takiego zbioru odbywa się w arkuszu kalkulacyjnym, który potem musimy wyeksportować do pliku CSV.

### 6.6.3. Tworzenie zewnętrznego zbioru danych w Windowsie

Tworzenie zbioru danych w systemie Windows jest proste. Otwórz jakikolwiek arkusz kalkulacyjny (Excel, OpenOffice Calc, LibreOffice lub inny). W pierwszym rzędzie stwórz nagłówki kolumn, którym nadaj nazwy zmiennych zdefiniowanych w Photoshopie. Kolejne rzędy wypełniaj wpisami z wartościami dla zmiennych. Każdy rząd jest następną wersją grafiki. Powinieneś otrzymać tabelę podobną do tabeli 6.1.

**Tabela 6.1.** Struktura zestawu danych w Photoshopie

NazwaZmiennej1	NazwaZmiennej2	NazwaZmiennej3	NazwaZmiennejX
Wartość wpis 1	Wartość wpis 1	Wartość wpis 1	Wartość wpis 1
Wartość wpis 2	Wartość wpis 2	Wartość wpis 2	Wartość wpis 2

Kiedy stworzysz wszystkie potrzebne rzędy-wpisy, wyeksportuj dokument do pliku CSV (*Comma Separated Values*). W opcjach eksportu ustaw separację na przecinki. Jeśli jest taka możliwość, włącz opcję otaczania wartości cudzysłowami, gdy wewnątrz wartości znajdują się przecinki. Wyeksportowany plik otwórz w edytorze tekstowym — polecam do tego darmowy Notepad++. Wyświetli on zawartość pliku bez formatowania i bez żadnej konwersji. Sprawdź, czy wartości oddzielone są przecinkami i czy wszystkie wartości zawierające przecinek są otoczone cudzysłowami. Powinno to wyglądać mniej więcej tak jak na rysunku 6.10.

```

1 Number,Skrot,OpisSkrotu
2 1,WIN+SPACJA,Odkrywa pulpit systemu Windows
3 2,WIN+E,Uruchamia Eksplorator Windows
4 3,WIN+F,Uruchamia wyszukiwanie systemu Windows
5 4,ALT+TAB,"Przełącza pomiędzy otwartymi programami w systemie Windows"
6 5,SHIFT,Pomija autoodtworzenie gdy ładuje się płyta CD
7 6,ALT+PRINTSCREEN,Kopiuje zrzut aktywnego okna do schowka
8 7,F2,Zmienia nazwę pliku w Eksploratorze.
```

**Rysunek 6.10.** Prawidłowe formatowanie pliku CSV na potrzeby zestawu danych w Photoshopie

Zapisz plik po ewentualnych poprawkach. Edycja pliku CSV jest w większości wypadków konieczna, ponieważ inaczej Photoshop nie przyjmie naszego zestawu danych. Teraz przejdź do Photoshopa, w oknie *Zmienne (Variables)* wybierz *Zestawy danych (Data Sets)* i kliknij przycisk *Importuj (Import)*. W sekcji *Opcje importu (Import Options)* kliknij w przycisk *Wybierz plik (Choose File)* i wskaż stworzony dokument CSV. Zaznacz opcję *Zastąp istniejące zestawy danych (Replace Existing Data Sets)*, by nie pomieszać importowanych zestawów z tymi istniejącymi już w dokumencie. Kliknij *OK*. Jeśli Photoshop nie wyświetlił żadnego komunikatu, oznacza to, że zestawy zostały prawidłowo załadowane i powinny być dostępne z menu *Zestaw danych (Data Set)*.

## 6.6.4. Tworzenie zewnętrznego zbioru danych w Mac OS

Tworzenie zestawów danych w systemie Mac OS jest nieco trudniejsze niż w przypadku Windowsa, gdyż arkusze kalkulacyjne na ten system nie oferują opcji eksportu pliku CSV (z wyjątkiem Excela na maca). Przyjmuję jednak, że masz do dyspozycji popularny program Numbers i to w nim stworzysz zestawy danych.

W pierwszym rzędzie arkusza kalkulacyjnego stwórz nagłówki kolumn, którym nadaj nazwy zmiennych zdefiniowanych w Photoshopie. Kolejne rzędy wypełniaj wpisami z wartościami dla zmiennych. Każdy rząd jest następną wersją grafiki. Powinieneś otrzymać tabelkę podobną do tabeli 6.2.

**Tabela 6.2.** Struktura zestawu danych w Photoshopie

NazwaZmiennej1	NazwaZmiennej2	NazwaZmiennej3	NazwaZmiennejX
Wartość wpis 1	Wartość wpis 1	Wartość wpis 1	Wartość wpis 1
Wartość wpis 2	Wartość wpis 2	Wartość wpis 2	Wartość wpis 2

Kiedy stworzysz wszystkie potrzebne rzędy-wpisy, wyeksportuj dokument do pliku CSV (*Comma Separated Values*). Wejdź w menu *Plik/Eksportuj do/CSV*. Rozwiń opcje zaawansowane i wybierz kodowanie znaków *UTF-8*. Tak wyeksportowany dokument otwórz w programie TextEdit lub — lepiej — w darmowym programie TextWrangler (zawiera on funkcje, które nieco przyspieszą edycję).

Niestety Numbers eksportuje plik CSV z separacją w postaci średników, a nie potrzebnych nam przecinków. Aby zamienić wszystkie średniki na przecinki, w programie TextWrangler wejdź w menu *Search* i wybierz pozycję *Find* albo skorzystaj ze skrótu *Cmd+F*. Pojawi się okienko, w którym w polu *Find* wpisz `;`, a w polu *Replace* `,`. Kliknij na przycisk *Replace All*. Teraz wszystkie średniki zostały zamienione na przecinki. Pozostało Ci jeszcze otoczyć wszystkie zawierające przecinki wartości cudzysłowami. Powinieneś uzyskać efekt podobny do tego z rysunku 6.11.

```

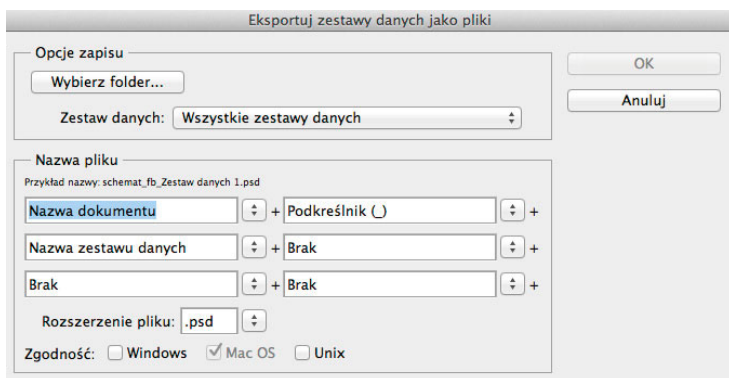
1 Number,Skrot,OpisSkrotu
2 1,WIN+SPACJA,Odkrywa pulpit systemu Windows
3 2,WIN+E,Uruchamia Eksplorator Windows
4 3,WIN+F,Uruchamia wyszukiwanie systemu Windows
5 4,ALT+TAB,"Przełącza pomiędzy otwartymi programami w systemie Windows"
6 5,SHIFT,Pomija autoodtworzenie gdy ładuje się płyta CD
7 6,ALT+PRINTSCREEN,Kopiuje zrzut aktywnego okna do schowka
8 7,F2,Zmienia nazwę pliku w Eksploratorze.
```

**Rysunek 6.11.** Prawidłowe formatowanie pliku CSV na potrzeby zestawu danych w Photoshopie

Teraz przejdź do Photoshopa, w oknie *Zmienne (Variables)* wybierz *Zestawy danych (Data Sets)* i kliknij przycisk *Importuj (Import)*. W sekcji *Opcje importu (Import Options)* kliknij w przycisk *Wybierz plik (Choose File)* i wskaż dokument CSV. Zaznacz opcję *Zastąp istniejące zestawy danych (Replace Existing Data Sets)*, by nie pomieszać importowanych zestawów z tymi istniejącymi już na dokumencie. Kliknij *OK*. Jeśli Photoshop nie wyświetlił żadnego komunikatu, to znaczy, że zestawy zostały prawidłowo załadowane i powinny być dostępne z menu *Zestaw danych (Data Set)*.

### 6.6.5. Eksportowanie gotowych grafik

Wiesz już, jak definiować zmienne i utworzyć zestawy danych. Ostatnim elementem tworzenia zmiennych grafik jest ich wygenerowanie. Otwórz dokument ze zmienną grafiką, w której są zdefiniowane zmienne i załadowane zestawy danych. Teraz przejdź do menu *Plik/Eksportuj (File/Export)* i wybierz *Zestawy danych jako pliki (Data Sets as Files)* — rysunek 6.12.



**Rysunek 6.12.** Okno dialogowe eksportowania zestawów danych do plików

Otworzy się okno dialogowe *Eksportuj zestawy danych jako pliki (Export Data Sets as Files)*. W sekcji *Opcje zapisu (Saving Options)* wskaż folder docelowy, do którego Photoshop ma zapisywać pliki, klikając na przycisk *Wybierz folder (Choose Folder)*. W liście *Zestaw danych (Data Set)* zostaw pozycję domyślną, czyli *Wszystkie zestawy danych (All Data Sets)*. W sekcji *Nazwa pliku (File Naming)* ustaw schemat nazywania eksportowanych plików. Proponuję pozostać przy czymś prostym, np. nazwa pliku plus numer porządkowy. Zwróć uwagę, że możesz eksportować pliki jedynie do formatu Photoshopa — PSD. Kliknij *OK*, aby wyeksportować pliki.

Jeżeli chcesz finalnie wyeksportować pliki JPEG w celu umieszczenia ich w kanałach social media, skorzystaj z polecenia *Procesor obrazów (Image Processor)*, gdzie ustawisz zapis do JPEG bez przeskalowywania rozmiaru. Jeśli chcesz mieć więcej kontroli nad kompresją i ustawieniami JPEG, stwórz operację, w której zapisujesz plik do formatu JPEG z własnymi ustawieniami, i potem zastosuj ją do pozostałych plików za pomocą polecenia *Sekwencja wsadowa (Batch)*.

## 6.7. Skrypty

Skrypty to wtyczki i miniprogramy, które możemy uruchomić z poziomu Photoshopa, żeby rozszerzyć jego funkcjonalność. Poznałeś już jeden skrypt — *Procesor obrazów (Image Processor)*. Możesz też pisać własne skrypty. Po co? By jeszcze bardziej uprościć i przyspieszyć sobie pracę. Twój skrypt może np. pobierać logo Twojego sklepu i wklejać je do dokumentów po to, abyś nie musiał tego robić ręcznie. Możesz teraz powiedzieć: „Ale przecież mogę zrobić taką operację”. Otóż nie. Operacje mają swoje ograniczenia i niektórych rzeczy nie da się nagrać w operacji. Dlatego w celu wykonania poważniejszych i bardziej skomplikowanych zadań pisze się skrypty. Zanim jednak przejdziemy do programowania, zajmiemy się instalowaniem i uruchamianiem skryptów, które napisali inni ludzie.

### 6.7.1. Instalowanie i uruchamianie skryptów

Podobnie jak operacje, wiele skryptów możesz pobrać za darmo z internetu. Pliki te będą mieć rozszerzenia *.js*, *.jsx* (skrypty działające zarówno w systemie Windowsie, jak i Mac OS), *.sct*, *AppleScript* (skrypty działające tylko w Mac OS) lub w końcu *.vba* (skrypty działające tylko w Windowsie).

Aby skrypt był dostępny do uruchomienia z menu Photoshopa, musisz skopiować plik bądź pliki do odpowiedniego katalogu, który pokazuje tabela 6.3.

**Tabela 6.3.** Ścieżki systemowe do katalogu ze skryptami Photoshopa

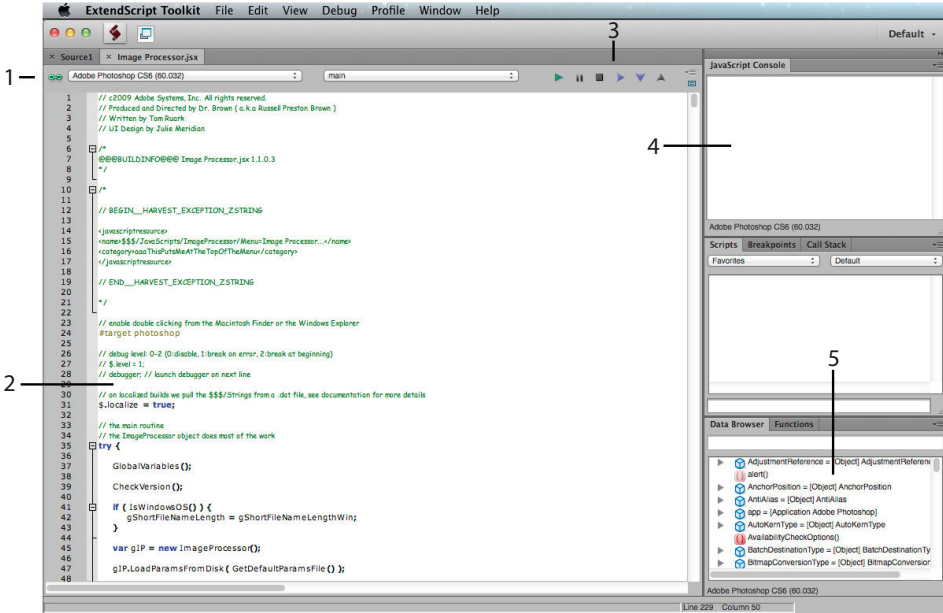
System	Ścieżka do folderu
Mac OS	/Programy/Adobe Photoshop [X]/Presets/Scripts
Windows	C:\Program Files\Adobe\Adobe Photoshop [X]\Presets\Scripts
[X] — tu wstaw numer swojej wersji Photoshopa	

Teraz przejdź do Photoshopa, wejdź w menu *Plik/Skrypty (File/Scripts)* i wybierz z podmenu nazwę pobranego skryptu. Jeśli go tutaj nie ma, to Photoshop albo nie wykrywa pliku ze skryptem, albo dodałeś go do niewłaściwego folderu.

Pewnym rozwiązaniem tego problemu jest polecenie *Przełóżaj (Browse)*, które znajduje się na dole podmenu *Skrypty (Scripts)*. Dzięki temu narzędziu możesz załadować skrypt znajdujący się gdziekolwiek. Minusem tej metody jest potrzeba każdorazowego wskazywania lokalizacji skryptu.

### 6.7.2. ExtendScript Toolkit i podstawy programowania

Żeby pisać skrypty dla Photoshopa, musimy zainstalować program, który jest do Photoshopa standardowo dołączany, ale nie jest domyślnie instalowany. Nazywa się on ExtendScript Toolkit (rysunek 6.13). W Photoshopie CS6 i wcześniejszym uruchom instalator i zaznacz instalację tego programu. W przypadku wersji CC i późniejszych otwórz aplikację Creative Cloud, przejdź do zakładki *Apps*, znajdź na liście ExtendScript Toolkit, po czym kliknij w przycisk *Instaluj*.



**Rysunek 6.13.** Interfejs programu ExtendScriptToolkit: 1 — połączenie z aplikacją (Photoshopem), 2 — okno edycji skryptu, 3 — narzędzia do testowania skryptów, 4 — konsola JavaScript, 5 — biblioteka obiektów i funkcji dostępnych w Photoshopie z poziomu skryptów

W tym podrozdziale stworzymy skrypt dodający do naszych zdjęć produktowych logo na półprzezroczystej belce. Nie musimy tworzyć nowego dokumentu w ExtendScript Toolkit, ponieważ już go mamy — na razie nazywa się *Source1*.

Nasz skrypt będziemy pisać w popularnym i dość łatwym języku JavaScript. Poza wymienionymi zaletami jest on również obsługiwany zarówno przez system Windows, jak i Mac OS, skrypty będą zatem działać w obu tych systemach. Za chwilę poznamy podstawy programowania w JavaScriptcie, ale jeśli chcesz na poważniej zająć się pisaniem skryptów, polecam którąś z książek poświęconych temu językowi, wydaną przez wydawnictwo Helion.

Żeby zrozumieć to, co będziemy robić w dalszej części tego podrozdziału, musisz poznać podstawowe aspekty programowania: zmienne, operatory, konstrukcje warunkowe, funkcje i obiekty.



### 6.7.2.1. Zmienne i operatory

Ze zmiennymi zetknąłeś się, kiedy omawiałem tworzenie grafik ze zmienną treścią. Zmienna jest czymś w rodzaju szuflady, do której możemy włożyć różne rzeczy. Możemy mieć np. szufladę nazwaną `szerokosc_dok`, do której będziemy przypisywać szerokość dokumentu w pikselach. Nie wiemy, jaka to będzie szerokość, gdyż pliki są różne, dlatego do przechowywania tej wartości potrzebujemy zmiennej. W JavaScriptcie zmienną tworzymy tak:

```
var zmienna = 1;
```

Słowo `var` oznacza deklarację zmiennej, a znak równości przypisuje liczbę 1 do zmiennej `zmienna`. Końcowy średnik oznacza koniec tej linijki kodu. Zmienne mogą zmieniać wartość w każdej chwili. Jeśli chcemy, by tak się stało, wystarczy napisać:

```
zmienna = "jakis tekst";
```

Nie możemy tutaj dodawać `var`, ponieważ ta zmienna została już „stworzona”. Zauważ, że teraz `zmienna` ma wartość tekstową, która koniecznie musi być zawarta w pojedynczym cudzysłowie. Zmienne można kombinować z liczbami i ciągami znaków (tekstami):

```
var nowa_zmienna = zmienna + 2;
```

Gdyby `zmienna` była dalej równa 1, jak na początku, wartość `nowa_zmienna` równałaby się 3. Możemy stosować także inne operatory matematyczne: `-`, `*` (mnożenie) i `/` (dzielenie). Zatem:

```
var suma = (zmienna * 2) / 2;
```

stworzy zmienną `suma` i przypisze jej wartość 1, bo  $(1 * 2)$  to 2, podzielone przez 2 to 1.

### 6.7.2.2. Konstrukcje warunkowe

Podczas konstruowania skryptu będziemy musieli podejmować wiele decyzji, np. jeżeli dokument będzie pionowy, to logo będzie musiało się znaleźć w innym miejscu niż w przypadku zdjęcia poziomego. Tak samo jest w życiu: przypuśćmy, że masz dostać prezent i wiesz, iż będzie to sweter, ale nie wiesz, jakiego koloru. Lubisz niebieski, więc jeśli taki będzie ów sweter, będziesz się cieszyć. Jeżeli zaś będzie w innym kolorze, będziesz rozpaczać. Logicznie można to zapisać tak:

```
jeśli (sweter jest niebieski) to wtedy
    radość
w innym wypadku
    smutek
```

a w JavaScriptcie tak:

```
if (sweter.kolor == "niebieski") {  
    radosc();  
} else {  
    smutek();  
}
```

If oznacza konstrukcję warunkową „jeśli”. W nawiasie wpisujemy warunek do spełnienia. Zauważ, że mamy tu podwójny znak równości (==). Oznacza on porównywanie dwóch wartości. Jeżeli zatem kolor swetra jest taki sam jak niebieski, to warunek jest prawdziwy i możemy wykonać blok kodu zawarty w nawiasie klamrowym. Wewnątrz tego bloku znajduje się funkcja `radosc`. Następnie mamy funkcję `else`, która determinuje, co program ma zrobić, jeśli warunek w nawiasie nie jest prawdziwy (czyli sweter nie jest niebieski). W tym przypadku wykonywany będzie kolejny blok kodu z funkcją `smutek`.

### 6.7.2.3. Funkcje

Funkcją nazywamy pewien blok kodu, który ma być wykonywany wielokrotnie lub ma zwracać jakąś wartość w wyniku kalkulacji i innych działań. Spójrzmy na deklarację podstawowej funkcji:

```
function ustaw_zmienna() {  
    zmienna = 0;  
}
```

Słowo `function` oznacza deklarację funkcji o nazwie `ustaw_zmienna`. Nawiasy oznaczają listę argumentów wejściowych funkcji (w naszym przypadku nie ma żadnych). Wewnątrz nawiasów klamrowych mamy blok kodu funkcji, czyli to, co ona wykonuje. Aby później wywołać funkcję, wystarczy napisać:

```
ustaw_zmienna();
```

podobnie jak to było z funkcjami `radosc()` i `smutek()` w przykładzie konstrukcji warunkowej. Zbierzmy to teraz w całość i dodajmy nowe elementy:

```
var pierwsza = 1;  
var druga = -1;  
var rezultat = 0;  
  
function dodawanie (x, y) {  
    var wynik = x + y;  
    return wynik;  
}
```

```
if (pierwsza != 0) {
    rezultat = dodawanie(x, y);
}
```

Na początku definiujemy dwie zmienne o wartościach liczbowych. Potem deklarujemy funkcję `dodawanie`, która posiada dwa argumenty (dane wejściowe): `x` i `y`. Wewnątrz funkcji wykonujemy obliczenia i zwracamy (`return`) wynik zapisany w zmiennej o tej samej nazwie. Później sprawdzamy, czy zmienna `pierwsza` nie jest równa (`!=`) zeru, a jeżeli tak jest, wywołujemy funkcję `dodawanie`, a zmiennej `rezultat` przypisywany jest wynik tej funkcji.

#### 6.7.2.4. Obiekty

W JavaScriptcie spotkasz się z obiektami, ich atrybutami i funkcjami. Podczas pisania skryptu nie będziemy tworzyć obiektów, ale będziemy korzystać z obiektów gotowych, stworzonych przez programistów Photoshopa.

```
app.color = "white";
app.changeColor();
```

W pierwszej linijce mamy przypisanie atrybutowi `color` obiektu `app` koloru `white`. Jeśli widzisz w kodzie schemat `xxx.yyy`, oznacza on atrybut obiektu. Obiektem może być np. samochód, a jego atrybutami: koła, kierownica, kolor, typ nadwozia. W drugiej linijce mamy funkcję obiektu (wewnątrz obiektów funkcje zwane są metodami). Wiemy, że to funkcja, ponieważ na końcu są nawiasy. Funkcje wewnątrz obiektów coś robią, np. dla naszego obiektu `samochód` może istnieć funkcja `jedź()`, `hamuj()`, `zatkanuj()`. A teraz możemy już zacząć pisać nasz własny skrypt. :)

#### 6.7.3. Programowanie czynności i narzędzi Photoshopa

Nasz skrypt będzie zmieniał rozmiar pliku, wstawiał poziomą półprzezroczystą belkę u góry zdjęcia lub zdjęć, po czym będzie dodawał logo z zewnętrznego pliku w górny lewy róg, zapisywał zdjęcie do pliku JPEG i zamykał dokument. Logicznie będzie to wyglądać tak:

```
dopóki ( liczba otwartych dokumentów nie równa się zero ) {
    zmień rozmiar pliku;
    dodaj nową warstwę "belka";
    stwórz zaznaczenie i wypełnij ją kolorem;
    odznacz zaznaczenie;
    wstaw i ustaw pozycję logo;
    połącz wszystkie warstwy;
    zapisz plik;
    zamknij dokument i przejdź do kolejnego (jeśli dotyczy);
}
```

Zacznijmy zatem kodowanie. Z plików ćwiczeniowych, *Rozdział 6*, otwórz w programie ExtendScript Toolkit plik *wstawianie\_logo\_1.jsx*. Jego treść jest następująca:

```
// Skrypt tworzący półprzezroczystą belkę i wstawiający znak wodny
// (c) 2014 Sebastian Kończak

if(app.preferences.rulerUnits != Units.PIXELS){
    app.preferences.rulerUnits = Units.PIXELS;
}

var licznik = 1;

while(app.documents.length != 0){
    var img = app.activeDocument;
}
```

Pierwsze dwie linijki zaczynają się od `//`. Taki znak oznacza komentarz. Tekst znajdujący się za `//` jest pomijany przy wykonywaniu kodu i służy za notatkę bądź objaśnienie działania skryptu. Wykorzystuj to, bo gdy będziesz chciał zmodyfikować kod po dłuższym czasie, nie będziesz pamiętać, co robi każda linijka, szczególnie tam, gdzie na pierwszy rzut oka trudno się domyślić, jaki jest tok pracy skryptu.

Dalej mamy konstrukcję warunkową, która sprawdza, czy jednostki pomiarowe Photoshopa nie są ustawione na piksele. Jeśli nie, ustawiamy je na piksele. Jest to konieczne, gdyż będziemy skalować zdjęcie i chcemy to zrobić, podając wartości w pikselach.

Potem tworzymy zmienną `licznik` z wartością `1`. Pomoże nam to zapisywać pliki z nazwami *foto\_1*, *foto\_2* itd.

Na końcu mamy pętlę `while`, która będzie się odtwarzać tak długo, jak długo w Photoshopie będzie otwarty jakiś dokument. Skrypt będzie działał tak, że jeśli w Photoshopie otwarte są trzy dokumenty, to pętla powtórzy się trzykrotnie, po jednym razie dla każdego dokumentu. Wewnątrz pętli tworzymy zmienną `img`, która stanowi po prostu skrót do długiego `app.activeDocument`, czyli odwołania do aktywnego w tej chwili dokumentu w Photoshopie. Na końcu pętli będziemy zwiększać wartość zmiennej `licznik` o jeden, aby kolejne pliki zapisywane były z następnym numerem porządkowym.

Przejdź teraz do linijki nr 13 i dodaj następujący kod:

```
if(img.width > img.height){
    img.resizeImage(640, 480, 72);
}else{
    img.resizeImage(480, 640, 72);
}
```

Mamy tutaj konstrukcję warunkową, która sprawdza, czy szerokość dokumentu jest większa (>) od jego wysokości. Jeżeli tak jest, to mamy dokument poziomy i możemy zmienić jego rozmiar (funkcja `img.resizeImage`) do 640 x 480 pikseli i rozdzielczości 72 pikseli/cal. Jeśli jest inaczej — czyli dokument jest pionowy — zmieniamy jego rozmiar na 480 x 640 pikseli. Zauważ, że nie sprawdzamy tutaj proporcji zdjęć. Skrypt zakłada bowiem, że zdjęcia wejściowe mają proporcję 4 do 3 (lub 3 do 4). Jeżeli chcesz, dodaj potem do skryptu obsługę skalowania dokumentów z uwzględnieniem proporcji obrazu — jest to nietrudne i wymaga znajomości matematyki na podstawowym poziomie. :)

Teraz stworzymy nową warstwę, na której wykonamy zaznaczenie i wypełnimy je kolorem. W ten sposób utworzymy pionową belkę. Pod kodem ze zmianą rozmiaru pliku umieść następujący kod:

```
var warstwa = img.artLayers.add();
warstwa.name = "belka";
img.activeLayer.opacity = 50;
```

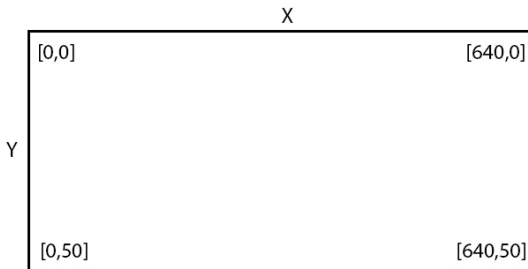
Tworzymy tu zmienną `warstwa`, której przypisujemy rezultat działania funkcji `add()` — stworzenia nowej warstwy. W drugiej linijce ustalamy nazwę tej warstwy (atrybut `name`), a w trzeciej — jej przezroczystość (`opacity`). Wartość 50 oznacza 50%.

Teraz będzie trudniej. Musimy utworzyć zestaw współrzędnych określających narożniki zaznaczenia prostokątnego. Taki zestaw umieścimy w tablicy nazwanej `zakres`. Tablica w JavaScriptcie to zestaw danych, np. ciąg liczb `[1, 2, 3, 4, 5]` albo innych danych: `["jajko", "majonez", "chleb"]`. Wpisz teraz taki kod:

```
if(img.width > img.height){
    var zakres = [
        [0,0],
        [640,0],
        [640,50],
        [0,50]
    ];
}else{
    var zakres = [
```

```
        [0,0],  
        [480,0],  
        [480,50],  
        [0,50]  
    ];  
}  
img.selection.select(zakres);
```

Mamy tu znów konstrukcję warunkową, sprawdzającą, czy dokument jest poziomy, czy nie. Jest to konieczne, ponieważ zaznaczenia będą różne w zależności od tego, czy dokument jest poziomy, czy pionowy. Jeśli jest poziomy, to tworzymy tablicę z czterema punktami, które znów z kolei są tablicami z dwoma elementami: pierwszy oznacza położenie na osi poziomej, drugi — na osi pionowej. Zaczynamy od lewego górnego rogu, potem mamy górny prawy róg, dolny prawy i lewy dolny (rysunek 6.14).



**Rysunek 6.14.** Współrzędne punktów narożnych zaznaczenia

Na końcu tworzymy zaznaczenie, bazując na stworzonych wcześniej współrzędnych (`img.selection.select`). Aby utworzyć belkę, pozostaje nam wypełnić selekcję kolorem:

```
var kolor = new SolidColor();  
kolor.rgb.red = 255;  
kolor.rgb.green = 255;  
kolor.rgb.blue = 255;  
img.selection.fill(kolor);  
  
img.selection.deselect();
```



Na początek tworzymy obiekt *SolidColor*, do którego będziemy się odnosić za pomocą zmiennej `color`. Następnie obiektowi nadajemy kolor RGB (255,255,255), czyli biel. Potem wypełniamy zaznaczenie stworzonym kolorem (`img.selection.fill`), a na końcu odznaczamy zaznaczenie funkcją `deselect()`.

Teraz powinno nastąpić wstawienie i spozycjonowanie logo, ale wykonamy to w kolejnej sekcji, bo musimy wtedy omówić pewne specjalne narzędzie. Na razie przejdźmy do zadań kończących pracę z aktywnym dokumentem:

```
img.mergeVisibleLayers();

// var sciezka = new File('c:/foto_'+licznik+'.jpg');
var sciezka = new File('/Users/sebastian/Documents/foto'+licznik+'.jpg');

var opcje = new JPEGSaveOptions();
opcje.embedColorProfile = true;
opcje.formatOptions = FormatOptions.STANDARDBASELINE;
opcje.matte = MatteType.NONE;
opcje.quality = 8;

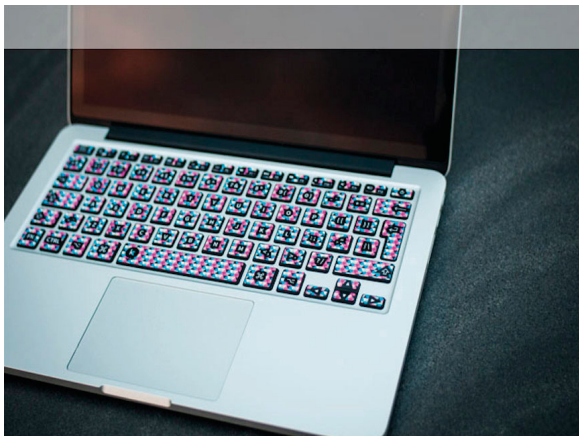
img.saveAs(sciezka, opcje, true, Extension.LOWERCASE);
img.close(SaveOptions.DONOTSAVECHANGES);

licznik++;
```

Na początku spłaszczamy dokument (łączymy warstwy) funkcją `mergeVisibleLayers()`. Następnie tworzymy zmienną, która generuje nowy plik i umieszcza go w ścieżce wskazanej w nawiasach. Zwróć uwagę, że są tutaj dwie wersje ścieżki: ta z komentarzem działa w systemie Windows, ta bez komentarza — w Mac OS. Ja pracuję na macu, więc skorzystam z tej ostatniej ścieżki. `'Foto'+licznik+'.jpg'` oznacza, że wstawiamy wartość zmiennej `licznik` do ciągu znaków, aby docelowo mieć *foto\_1.jpg*, *foto\_2.jpg* i tak dalej.

Później tworzymy obiekt *JPEGSaveOptions* i przypisujemy go do zmiennej `opcje`. Robimy to, by móc zmodyfikować domyślne ustawienia zapisu JPEG. Najpierw dołączamy profil koloru do pliku, potem ustawiamy format pliku na *Standard Baseline*. Następnie wyłączamy *tło (matte)* i ustawiamy *jakość (quality)* na 8. Na końcu zapisujemy plik JPEG (`img.saveAs`) i zamykamy aktywny dokument bez zapisywania zmian w oryginale (`img.close`). Została nam ostatnia rzecz — zwiększamy wartość zmiennej `licznik` o 1, by kolejne zdjęcia miały swoje odpowiednie numery porządkowe.

Nasz skrypt nie jest jeszcze całkiem gotowy, ale już powinien działać. Przejdź do Photoshopa i otwórz zdjęcie *test.jpg* z plików ćwiczeniowych w folderze *Rozdział 6*. Teraz wejdź w *Plik/Skrypty/Przełączaj* (*File/Scripts/Browse*) i wskaż plik swojego skryptu lub, jeśli nie tworzyłeś go na bieżąco, otwórz plik *wstawianie\_logo\_2.jsx* z plików ćwiczeniowych. Jeżeli skrypt zadziała, dokument powinien się zamknąć bez żadnych ostrzeżeń, a w lokalizacji wpisanej w skrypcie powinieneś znaleźć plik *foto\_1.jpg*. Jego zawartość powinna być taka jak na rysunku 6.15.



**Rysunek 6.15.** Stworzony przez skrypt plik z poziomą, półprzezroczystą belką

#### 6.7.4. ScriptingListener, czyli jak programować nieprogramowalne

W naszym skrypcie pozostało nam do zakodowania otwieranie pliku z logo i wstawianie go do zdjęcia w odpowiedniej pozycji. Tego typu działań nie da się zakodować bezpośrednio w programie ExtendScript Toolkit. Potrzebna jest nam wtyczka do Photoshopa, która „obserwuje” wykonywaną pracę i zapisuje ją w postaci kodu JavaScript. Ta wtyczka nazywa się *ScriptingListener* i można ją pobrać ze strony Adobe: <http://helpx.adobe.com/photoshop/kb/plugin-ins-photoshop-cs61.html>. Zjedź do nagłówka *ScriptingListener Plug-in* i pobierz plik właściwy dla swojego systemu operacyjnego.

Po pobraniu i rozpakowaniu archiwum przenieś folder *Utilities* do katalogu */Programy/Adobe Photoshop [X]/Plug-ins/* (w przypadku maca) albo przenieś folder *Scripting\_Win64* do katalogu *C:\Program Files\Adobe\Adobe Photoshop [X]\Plug-ins\* (w przypadku Windowsa).

Zrestartuj teraz Photoshopa i odtwórz sytuację na zdjęciu testowym do momentu poprzedzającego wstawienie logo i ustawienie go w odpowiednim miejscu. Teraz przejdź na *Biuurko* (mac) bądź do dysku *C:\* i znajdź plik *ScriptingListenerJS.log*. Otwórz go w edytorze tekstowym. Wtyczka rejestruje wszystko, co robisz w Photoshopie, przewiń zatem do końca i zobacz, co tam jest — zapamiętaj ten punkt. Za chwilę dodasz logo i ustawisz je we właściwym miejscu — tylko tę akcję musisz skopiować z pliku *.log* do treści skryptu.

Wejść w menu *Plik/Umieść (File/Place)* i wskaż plik *logo.psd* z plików ćwiczeniowych *Rozdział 6*. Jeśli masz Photoshopa CC lub nowszego, wybierz *Umieść osadzony (Place Embedded)*. Przesuń logo do górnego lewego rogu z niewielkim odstępem od krawędzi. To wszystko. Wróć teraz do pliku *.log* i skopiuj to, co zostało dodane. Wklej tekst do skryptu po linijce z *img.selection.deselect()*.

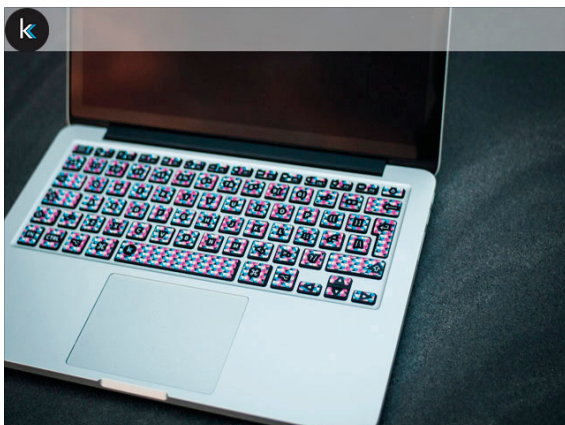
Kod wstawiający logo, przenoszący je i ustawiający w położeniu końcowym ostatecznie wygląda tak:

```
var logo = '/Users/sebastiankonczak/Documents/logo.psd';

var idPlc = charIDToTypeID( "Plc " );
var desc16 = new ActionDescriptor();
var idnull = charIDToTypeID( "null" );
desc16.putPath( idnull, new File(logo) );
var idFTcs = charIDToTypeID( "FTcs" );
var idQCSt = charIDToTypeID( "QCSt" );
var idQcsa = charIDToTypeID( "Qcsa" );
desc16.putEnumerated( idFTcs, idQCSt, idQcsa );
var idOfst = charIDToTypeID( "Ofst" );
var desc17 = new ActionDescriptor();
var idHrzn = charIDToTypeID( "Hrzn" );
var idPx1 = charIDToTypeID( "#Px1" );
if(img.width > img.height){
    desc17.putUnitDouble( idHrzn, idPx1, -294.000000 );
}else{
    desc17.putUnitDouble( idHrzn, idPx1, -214.000000 );
}
var idVrtc = charIDToTypeID( "Vrtc" );
var idPx1 = charIDToTypeID( "#Px1" );
if(img.width > img.height){
    desc17.putUnitDouble( idVrtc, idPx1, -214.000000 );
}else{
    desc17.putUnitDouble( idVrtc, idPx1, -294.000000 );
}
var idOfst = charIDToTypeID( "Ofst" );
desc16.putObject( idOfst, idOfst, desc17 );
executeAction( idPlc, desc16, DialogModes.NO );
```

Zauważ, że stworzyłem zmienną ze ścieżką do pliku *logo.psd* oraz że wewnątrz kodu wstawiłem konstrukcje warunkowe. Sprawdzają one, czy dokument jest poziomy, czy pionowy, i w zależności od odpowiedzi przesuwają logo o konkretną wartość pikseli w pionie i poziomie. Zapisz teraz swój skrypt albo korzystaj z pliku *wstawianie\_logo.jsx*, gdzie masz do dyspozycji kompletny skrypt, dodatkowo okraszony komentarzami.

Otwórz plik *test.jpg* z plików ćwiczeniowych *Rozdział 6*. Wykonaj jego duplikat, wchodząc w menu *Obraz/Powiel (Image/Duplicate)*, kliknij *OK* i wejdź znowu w menu *Obraz/Obracanie obrazu/90° w prawo (Image/Rotate/90 CW)*. Mając te dwa pliki, jeden poziomy i jeden pionowy, uruchom skrypt *wstawianie\_logo.jsx*. Sprawdź, czy wszystko poszło prawidłowo. Powinno to wyglądać mniej więcej tak jak na rysunku 6.16.



**Rysunek 6.16.** Końcowy dokument ze wstawioną belką i logo

### 6.7.5. Co dalej?

Poznałeś właśnie sposób na to, jak w znacznym stopniu przyspieszyć pomniejszanie plików, tworzenie belek i wstawianie logo z zewnętrznego pliku. Na tym oczywiście możliwości skryptów w Photoshopie się nie kończą. Aby tworzyć własne skrypty, musisz zapoznać się z dokumentacją Adobe na ten temat. Na stronie <http://www.adobe.com/devnet/photoshop/scripting.html> znajdziesz kilkanaście podręczników w formacie PDF poświęconych temu zagadnieniu. Polecam szczególnie publikację *Photoshop Scripting Guide*, która zawiera dokumentację obiektu Photoshopa wraz ze wszystkimi jego funkcjami i atrybutami (tutaj szukaj informacji, jak wywołać konkretne funkcje lub narzędzia Photoshopa), oraz *Photoshop JavaScript Reference*, w której znajdziesz dokumentację wszystkich funkcji i atrybutów możliwych do wykorzystania w skrypcie dotyczącym Photoshopa.

Polecam także pobrać sobie z podanej wyżej strony *Sample Files*, by przeanalizować gotowe skrypty i zastanowić się, dlaczego niektóre rzeczy są kodowane tak, a nie inaczej — to świetna forma nauki.

# 7.

---

## Tabele pomocnicze

**Tabela 7.1.** Zestawienie kolorów i ich oddziaływanie na człowieka

Psychologia barw		
Kolor	Skojarzenia	Przykład sklepu
Czerń	elegancja, luksus, szykowność, nowoczesność, powaga, tajemnica, kompetencja, autorytet, śmierć, żałoba	produkty luksusowe, odzież
Biel	pokój, czystość, prawość, prostota, dobro, jasność, poddanie	produkty dla niemowląt, kobiet w ciąży
Braź	natura, użyteczność, spokój, ciepło, neutralność, niezawodność	materiały budowlane, narzędzia
Czerwień	działanie, energia, przygoda, niebezpieczeństwo, miłość, pasja, wigor, siła, życie, piękno, ekscytacja, rewolucja, wojna, walka	sporty ekstremalne, odzież turystyczna i sportowa
Pomarańczowy	młodość, kreatywność, lekkość, aktywność, zabawa, jesień	produkty dla dzieci i młodzieży, zabawki
Żółcień	radość, ciepło, pogoda, pozytywność, wiedza, mądrość	produkty związane z latem
Zieleń	natura, życie, harmonia, ekologia, świeżość, zadowolenie	produkty ekologiczne, żywność, produkty dla oszczędzania energii
Niebieski	stabilność, sukces, pewność, bezpieczeństwo, przyjaźń	multibrand, produkty zwiększające bezpieczeństwo, produkty dla firm
Fiolet	luksus, elegancja, przepych, szlachetność	produkty edukacyjne, dobra luksusowe
Róż	kobiecość, delikatność, wdzięk, niewinność	produkty dla dziewczynek, kobiet
Szarość	neutralność, praktyczność, organizacja, porządek	jako kolor uzupełniający

**Tabela 7.2.** Wymiary fawikon

Fawikony		
Typ	Rozmiary w pikselach	Format pliku
Standardowa fawikona	16 x 16	ICO, PNG-8, PNG-24
Apple Touch Icon	76 x 76	PNG-24
	120 x 120	
	152 x 152	
	180 x 180	
Windows 8 Tile	70 x 70	PNG-24
	150 x 150	



**Tabela 7.3.** Zastosowania popularnych formatów graficznych

Zastosowanie popularnych formatów graficznych							
Format	Fotografia	Grafika szczegółowa	Grafika prosta	Logo	Ikony	Baner	Baner animowany
JPEG	x	x	x			x	
PNG			x	x	x	x	
GIF			x	x	x	x	x

**Tabela 7.4.** Wymiary grafik na Facebook

Wymiary grafik na Facebook			
Zdjęcie profilowe	Tło strony	Zdjęcia	Tło wydarzenia
180 x 180	851 x 315	dłuższy bok: 1008 px	784 x 295

**Tabela 7.5.** Wymiary grafik na Twitter

Wymiary grafik na Twitter		
Zdjęcie profilowe	Tło profilu	Zdjęcia
400 x 400	1500 x 500	1024 x 512 lub 512 x 1024

**Tabela 7.6.** Wymiary grafik na Pinterest

Wymiary grafik na Pinterest	
Zdjęcie profilowe	Zdjęcia
165 x 165, 330 x 330	szerokość skalowana: 236 px

**Tabela 7.7.** Wymiary grafik na YouTube

Wymiary grafik na YouTube		
Zdjęcie profilowe	Tło kanału	Plansze do filmów
nie dotyczy	2560 x 1440	1280 x 720, 1920 x 1080

**Tabela 7.8.** Wymiary grafik na Google+

Wymiary grafik na Google+	
Zdjęcie profilowe	Tło profilu
250 x 250, 500 x 500, 1000 x 1000	1080 x 608

**Tabela 7.9.** Wymiary grafik na LinkedIn

Wymiary grafik na LinkedIn				
Duże logo	Kwadratowe logo	Baner	Baner na stronie „Kariera”	Grafika w tle profilu prywatnego
100 x 60	50 x 50	646 x 220	974 x 300	1400 x 425

**Tabela 7.10.** Wymiary grafik na Instagram

Wymiary grafik na Instagram	
Zdjęcie profilowe	Zdjęcia
110 x 110, 220 x 220, 440 x 440	640 x 640

**Tabela 7.11.** Wymiary grafik na Etsy

Wymiary grafik na Etsy			
Zdjęcie profilowe	Baner	Zdjęcia w sekcji „O nas”	Zdjęcia produktowe
proporcje 1:1	760 x 100	760 x 428	min. szer. 570 px

**Tabela 7.12.** Wymiary grafik na DaWandę

Wymiary grafik na DaWandę		
Zdjęcie profilowe	Baner	Zdjęcia produktowe
proporcje 1:1	980 x 200	miniaturka 160 x 120

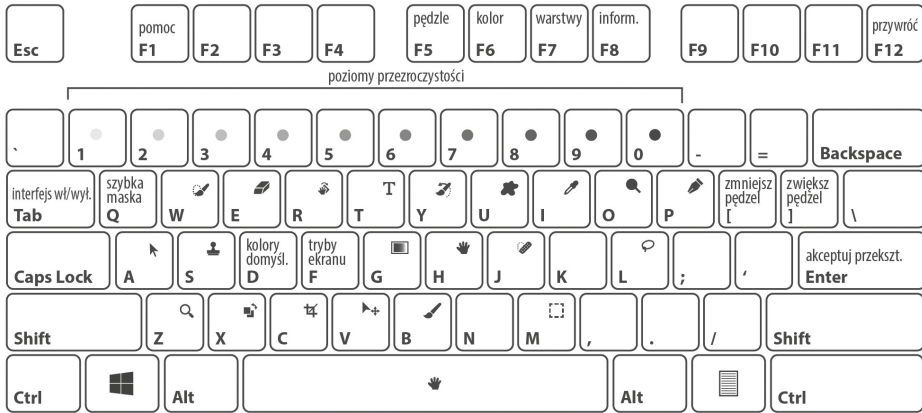
**Tabela 7.13.** Wymiary grafik na MyBaze

Wymiary grafik na MyBaze		
Zdjęcie profilowe	Tło sklepu	Zdjęcia produktowe
140 x 140, 280 x 280	1195 x 300	min. szer. 500 px

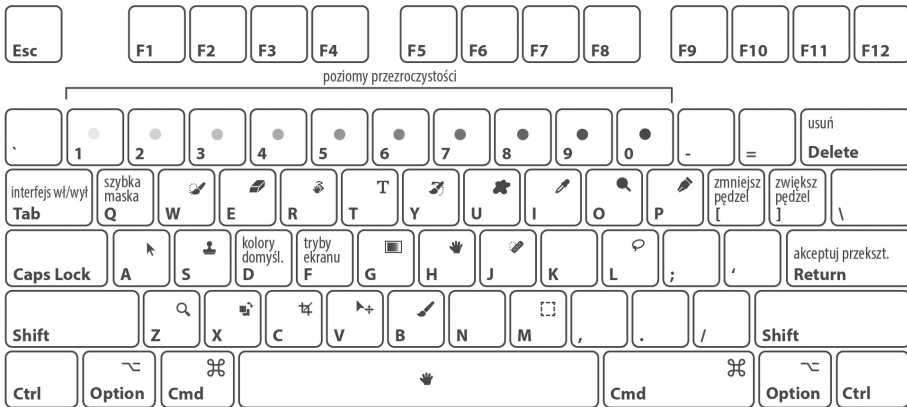
**Tabela 7.14.** Zestawienie poznanych skrótów klawiszowych w Photoshopie, Bridge'u i Camera Raw

Spis poznanych skrótów klawiszowych w Photoshopie, Camera Raw i Bridge'u		
Skrót Win	Skrót Mac	Czynność
Ctrl+Shift+K	Cmd+Shift+K	Ustawienia kolorów (Color Settings)
Ctrl+K	Cmd+K	Preferencje (Preferences) — działa w Photoshopie i Bridge'u
Ctrl+C	Cmd+C	Kopiuj (Copy)
Ctrl+V	Cmd+V	Wklej (Paste)
Ctrl+N	Cmd+N	Nowy dokument (New Document)
Ctrl+R	Cmd+R	Pokaż/ukryj miarki (Show/Hide Rulers)
Ctrl+;	Cmd+;	Pokaż/ukryj linie pomocnicze (Show/Hide Guides)
Ctrl++	Cmd++	Powiększanie widoku (Zoom In)
Ctrl+-	Cmd+-	Pomniejszanie widoku (Zoom Out)
PrtScr	Cmd+Ctrl+Shift+4	Zrzut ekranu (Print Screen)
Ctrl+T	Cmd+T	Przekształcanie swobodne (Free Transform)
Ctrl+Shift+Alt+S	Cmd+Shift+Opt+S	Zapisz dla Internetu (Save For Web)
Ctrl+Shift+Alt+W	Cmd+Shift+Opt+W	Wyodrębnianie zasobów (Extract Assets)
Ctrl+Shift+L	Cmd+Shift+L	Ustawienia pokazu slajdów (Slideshow Options) — Bridge

<i>Ctrl+B</i>	<i>Cmd+B</i>	<i>Tryb recenzji (Review Mode) — Bridge</i>
<i>Ctrl+1...5</i>	<i>Cmd+1...5</i>	<i>Nadanie oceny gwiazdkami — Bridge</i>
<i>Ctrl+6...9</i>	<i>Cmd+6...9</i>	<i>Nadanie etykiety — Bridge</i>
<i>Ctrl+0</i>	<i>Cmd+0</i>	<i>Usunięcie oceny i etykiety — Bridge</i>
<i>Ctrl+G</i>	<i>Cmd+G</i>	<i>Grupuj jako stos (Group as Stack) — Bridge</i>
<i>Ctrl+Shift+G</i>	<i>Cmd+Shift+G</i>	<i>Rozgrupuj stos (Ungroup from Stack) — Bridge</i>
<i>Ctrl+O</i>	<i>Cmd+O</i>	<i>Otwórz (Open)</i>
<i>A</i>	<i>A</i>	<i>Prostowanie (Straighten) — Camera Raw</i>
<i>I</i>	<i>I</i>	<i>Balans bieli (White Balance) — Camera Raw</i>
<i>C</i>	<i>C</i>	<i>Kadrowanie (Crop) — Camera Raw i Photoshop</i>
<i>Z</i>	<i>Z</i>	<i>Lupka (Zoom) — Camera Raw i Photoshop</i>
<i>K</i>	<i>K</i>	<i>Pędzel korekty (Adjustment Brush) — Camera Raw</i>
<i>G</i>	<i>G</i>	<i>Przeźściowy filtr (Graduated Filter) — Camera Raw</i>
<i>J</i>	<i>J</i>	<i>Promieniowy filtr (Radial Filter) — Camera Raw</i>
<i>B</i>	<i>B</i>	<i>Usuwanie plamek (Spot Removal) — Camera Raw</i>
<i>E</i>	<i>E</i>	<i>Redukcja efektu czerwonych oczu (Red Eye Removal) — CR</i>
<i>Ctrl+Alt+I</i>	<i>Cmd+Opt+I</i>	<i>Zmiana rozmiaru (Image Size)</i>
<i>Ctrl+Alt+C</i>	<i>Cmd+Opt+C</i>	<i>Zmiana rozmiaru obszaru roboczego (Canvas Size)</i>
<i>Alt+Delete</i>	<i>Opt+Backspace</i>	<i>Wypełnij kolorem pierwszego planu (Fill with Foreground Color)</i>
<i>Ctrl+D</i>	<i>Cmd+D</i>	<i>Odznacz (Deselect)</i>
<i>Ctrl+M</i>	<i>Cmd+M</i>	<i>Krzywe (Curves)</i>
<i>Ctrl+U</i>	<i>Cmd+U</i>	<i>Barwa/nasycenie (Hue/Saturation)</i>
<i>Shift+F5</i>	<i>Shift+F5</i>	<i>Wypełnij (Fill)</i>
<i>Ctrl+J</i>	<i>Cmd+J</i>	<i>Skopiuj aktywną warstwę (Layer via Copy)</i>
<i>Ctrl+Shift+I</i>	<i>Cmd+Shift+I</i>	<i>Odwróć selekcję (Inverse Selection)</i>
<i>Ctrl+E</i>	<i>Cmd+E</i>	<i>Splaszcz warstwy (Flatten Layers)</i>



Rysunek 7.1. Mapowanie narzędzi Photoshopa na klawiaturze PC



Rysunek 7.2. Mapowanie narzędzi Photoshopa na klawiaturze maca

# Skorowidz

## A

Actions, 26  
Adjust Edge, 156  
Adjustment brush, 127  
Adjustment Brush, 125, 129, 231  
Adjustments, 26  
Adobe Color CC, 39, 41  
Adobe Kuler, *Patrz* Adobe Color CC  
Adobe Market, 69  
Adobe Typekit, 44, 48  
Advanced Character Formats, 60  
Akapit, 58, 59  
Align, 57  
All Slices, 77  
All User Slices, 77  
Amount, 123  
Animacja, 169  
Animation, 169  
Apache 2.0, 44  
aparat, 82  
    hybryda, 82  
    kompakt, 82  
    lustrzanka, 82  
    wbudowany w urządzenie przenośne, 82  
API, 79  
Appearance, 61  
Apple Touch Icon, 228  
Aqua, 116  
Aquas, 116  
ASP, 79  
ASP .NET, 79  
Auto, 59  
Auto-Enhance, 151  
Autom., 59  
Automatic, 107  
Automatically Save, 29  
Automatycznie zapisuj informacje odzyskiwania co, 29

Automatyczny, 107  
Auto-poprawianie, 151  
awatar, 182

## B

Background, 136  
Background Contents: Transparent, 164  
balans bieli, 106  
Balans bieli, 106, 107, 231  
banding, 82  
baner reklamowy animowany, 167  
    statyczny, 164  
Banner, 173  
Barwa, 116  
Barwa purpury, 101  
Barwa zieleni, 101  
Barwa/Nasylenie, 143  
Basic, 107, 114  
Basic Character Formats, 59  
Batch Rename, 202  
baza danych, 79  
    MySQL, 79  
    SQL, 79  
Białe, 112, 114  
biel, 21  
Billboard, 173  
Bit Depth, 99  
Black Out Additional Monitors, 94  
Blacks, 112, 114  
blenda, 84  
Blues, 116  
Blur Trace Bounds, 150  
błąd 404, 79  
bękit, 23  
Brak, 58  
brązowy, 21  
Brick.im, 50  
Bridge, 90, 231

## C

call-to-action, *Patrz* wezwanie do akcji  
Camera Raw, 99, 103, 231  
Canvas Extension Color, 136  
Canvas Size, 231  
Channel, 141  
Character, 58, 59  
Character Styles, 59  
Ciemne, 114  
Cienie, 112, 113, 114  
Cień, 166  
Cięcie na plasterki, 71, 77  
Clarity, 121  
Clear Guides, 53  
Clone Stamp, 147  
Cofnij, 29  
Collapse All Stacks, 97  
Collections, 97  
Color Picker, 58, 136  
Color Priority, 122  
Color Range, 152, 154  
Color Settings, 27, 230  
Color Space, 99  
Color Table, 77  
Colors, 67  
Constrain Proportions, 134  
content, *Patrz* treść  
Content Aware, 145  
Content Aware Fill, 145  
Contrast, 156  
Convert to DNG, 92  
Convert to Grayscale, 117  
Convert to Smart Filters, 149  
Copy, 230  
cover image, 183  
Create Frame Animation, 167, 174  
Create new character style, 59  
Create Subfolders, 92  
Create Video Timeline, 167, 174

Criteria, 97  
Crop, 71, 103, 136, 231  
CSS, 79  
CSV, 212  
Curve Display Options, 143  
Curves, 141, 231  
Czarne, 112, 114  
Czas wyświetlania slajdu, 94  
czerni, 21  
Czerwone, 116  
czerwony, 22  
czteryście czwórka, 79  
czułość matrycy (ISO), 82

## D

DaFont, 46  
Darks, 114  
DaWanda, 197, 198, 230  
    baner, 198  
    zdjęcie profilowe, 198, 230  
Decontaminate Colors, 156  
Delete Cropped Pixels, 137  
Delete Original Files, 92  
Deselect, 231  
Detect Faces, 154  
Diapozytyw, 92  
Digital Negative, 92  
Dimensions, 133  
Direct Selection, 55, 57  
Distortion, 102  
Django, 79  
Dłuższy bok, 133  
Do not rename files, 92  
Document Size, 135  
Dołącz pliki bez indeksowania, 97  
Don't Enlarge, 133  
Dopasowania, 26  
Dopasuj, 97  
Dopasuj krawędź, 156  
Drop Shadow, 165, 166  
Droplety, 209  
Dziel wyrazy, 59

## E

e-commerce, 14  
    zasady kompozycji, 14  
Edit, 27, 29  
Edycja, 27, 29  
efekt czerwonych oczu, 131  
efekt Restorffa, 24  
Ekspozycja, 111  
Elliptical Marquee, 139  
Equals, 97  
Erase Refinements, 156

Etsy, 196, 230  
    zdjęcie profilowe, 196, 230  
Etykiety, 96  
Europe Web/Internet 2, 27  
Excel, 211  
Expand All Stacks, 97  
Exposure, 111  
ExtendScript Toolkit, 216  
Extract, 74  
Extract Assets, 74, 230

## F

Facebook, 182, 229  
    awatar, 182  
    zdjęcie profilowe, 182, 229  
favicon, *Patrz* fawikona  
fawikona, 20, 66, 67, 228  
Feather, 123, 156  
File, 61  
File Handling, 29  
File Saving Options, 29  
Fill, 56, 231  
Fill with Foreground Color, 231  
Filmstrip, 92  
Filter, 149  
Filtr, 149  
Filtr promieniowy, 125  
fiolet, 23  
Fioletowe, 116  
fisheye, 83, 102  
Fluorescencyjny, 107  
Fluorescent, 107  
font, 59, 79  
Font Size, 57  
FontSquirrel, 45, 46  
fonty, 44  
    darmowe, 45  
    flagi państw, 69  
    licencje, 44  
    z ikonami, 69  
Fonty Adobe, 44  
Fonty Microsoft Office, 44  
footer, *Patrz* stopka  
Foreground, 136  
fotomontaż, 157  
Frame Rate, 178  
Frames to Add, 169  
Free Transform, 164, 230  
From Center, 56  
Funkcje OpenType, 60

## G

Generate, 72  
Generator, 72  
Generuj, 72

Get Media, 92  
Get Photos From Camera, 91  
Gładkość, 156  
Głębia, 99  
    głębia ostrości, 83  
Google AdWords, 169, 173  
Google Fonts, 47  
Google+, 189, 229  
    tło profilu, 191  
    zdjęcie profilowe, 190, 229  
górna belka, 26  
Graduated Filter, 125, 127, 231  
grafika rastrowa, 27  
Green Amount, 101  
Green Hue, 101  
Greens, 116  
Grid, 53, 54  
Gridline Every, 53  
Group as Stack, 96, 231  
Grupuj jako stos, 96, 231  
Guides, 54  
Guides, Grid & Slices, 53

## H

Half-Page, 173  
Hand, 104  
Heal, 130  
Healing Brush, 146, 147  
Height, 135  
hero image, 84, 170  
HEX, 79  
hexadecimal, 79  
Highlight Priority, 122  
Highlights, 112, 113, 114  
histogram, 108, 109  
    dolina, 109  
    góra, 108  
    pod górkę, 109  
    wysoki, 109  
    z górkę, 109  
Horizontal, 53, 102  
HSL/Grayscale, 115, 116  
HSL/Skala szarości, 115, 116  
HTML, 79  
Hue, 116  
Hue/Saturation, 143  
hybryda, 82  
Hyphenate, 59

## I

ikona, 68  
    zestaw, 68  
Ilość, 123  
Ilość purpury, 101  
Ilość zieleni, 101



Image Assets, 72  
 Image Size, 67, 77, 231  
 Image Sizing, 133  
 Include Non-indexed Files, 97  
 Inline Rectangle, 173  
 Instagram, 192, 230  
   zdjęcie profilowe, 230  
 Inteligentny promień, 156  
 interlinia, 59  
 Inverse Selection, 231  
 ISO, 82

## J

Jakość, 77, 132  
 Jaskrawość, 116  
 Jasne, 114  
 Jasność, 143  
 JavaScript, 79, 216, 217  
   funkcje, 218  
   konstrukcje warunkowe,  
     217  
   obiekty, 219  
   operator, 217  
   zmienna, 217  
 język programowania, 79  
 Joomla!, 79

## K

kadrowanie, 103, 136  
 Kadrowanie, 103, 136, 231  
 Kadruj, 71  
 kalibracja monitora, 88  
 kalibrator, 89  
 Kanał, 141  
 Karmazynowe, 116  
 karta pamięci, 90  
 kerning, 59  
 Kerning, 58  
 Klatki do dodania, 169  
 klatki pośrednie, 169  
 kod CSS, 79  
 kod HTML, 79  
 kod strony, 79  
 kod źródłowy, 79  
 Kolekcje, 97  
 kolor, 24, 38  
   addytywny, 27  
   analogowy, 37  
   biel, 21, 228  
   błękit, 23  
   brąz, 228  
   brązowy, 21  
   czerń, 21, 228  
   czerwień, 228  
   czerwony, 22

  dobre praktyki, 24  
   dopełniający, 37, 38  
   fiolet, 23, 228  
   gotowe zestawy  
     kolorystyczne, 39  
   koło barw, 36  
   monochromatyczny, 36  
   niebieski, 23, 228  
   pomarańczowy, 22, 228  
   psychologia, 20  
   RGB, 27  
   róż, 23, 228  
   sRGB, 27  
   szarość, 228  
   szary, 23  
   tekst, 24  
   tetradą, 38  
   tło, 24  
   triada, 38  
   tworzenie własnych  
     zestawów  
       kolorystycznych, 40  
   zieleń, 22, 228  
   żółcień, 228  
   żółty, 22  
 Kolor rozszerzenia obszaru  
   roboczego, 136  
 Kolory, 67  
 kolorymetr, 89  
 koło barw, 36  
 kompakt, 82  
 Kompozycje warstw, 26, 61  
 Kompozycje warstw do  
   plików, 61  
 Kontrast, 156  
 Kontrast luminancji, 120  
 Konwertuj na DNG, 92  
 Konwertuj na inteligentne  
   filtry, 149  
 Konwertuj na skalę  
   szarości, 117  
 Kopiuj, 230  
 korekcja  
   barwna, 115  
   ekspozycji, 108  
   jasności, 108  
   kontrastu, 108  
 Korekcja obiektywu, 100  
 koszyk, 16  
   ikona, 16  
 Krągłość, 123  
 Krótszy bok, 133  
 Krycie, 166, 169  
 Kryteria, 97  
 Krzywa tonalna, 113  
 Krzywe, 141, 231

## L

Labels, 96  
 lampa błyskowa, 82  
 Large Leaderboard, 173  
 Large Mobile Banner, 173  
 Large Rectangle, 173  
 Lasso, 154  
 Lasso magnetyczne, 155  
 Lasso wielokątne, 155  
 Layer Comps, 26, 61  
 Layer Comps to Files, 61  
 Layer Comps to PDF, 61  
 Layer via Copy, 231  
 Layers, 26, 60, 61  
 layout, 50  
 Leaderboard, 164, 173  
 leading, 59  
 Leading, 59  
 Lens Corrections, 100  
 LibreOffice, 211  
 ligatury, 60  
 Lightness, 143  
 Lights, 114  
 Limit File Size To, 132  
 Linie pomocnicze, 54  
 Linie pomocnicze, siatka  
   i plasterki, 53  
 Linie siatki co, 53  
 LinkedIn, 193, 229  
 linki, 16  
 linkować, 79  
 Localized Color Clusters, 154  
 Lock Guides, 53  
 logo, 15, 62, 63  
   adaptowalność, 64  
   akuratność, 64  
   cechy dobrego logo, 63  
   logotyp, 62  
   ponadczasowość, 64  
   prostota, 63  
   sygnet, 62  
   typowe błędy, 65  
   unikalność, 63  
 logotyp, 15, 62  
 Long Side, 133  
 Lorem ipsum, *Patrz* tekst  
   zastępczy  
 Luminance, 116  
 Luminance Contrast, 120  
 Luminance Detail, 120  
 Luminancja, 116  
 Lupka, 104, 231  
 lustrzanka, 82

## Ł

Łagodne światło, 161  
Łatka, 147

## M

Magentas, 116  
Magento, 79  
Magic Wand, 151  
Magnetic Lasso, 155  
maska, 157, 159  
Masking, 119  
maskowanie, 159  
Maskowanie, 119  
Match, 97  
matryca, 27  
Medium Rectangle, 164  
Megapiksele, 133  
Megapixels, 133  
menu  
    Create Frame Animation, 167  
    Edit, 27, 29  
    Edycja, 27, 29  
    File, 61  
    Filter, 149  
    Filtr, 149  
    Okno, 26, 59, 61  
    Photoshop, 29  
    Plik, 61  
    Tekst, 60  
    Type, 60  
    Utwórz animację klatek, 167  
    View, 52, 53, 54  
    Widok, 52, 53, 54  
    Window, 26, 59, 61  
Metadane, 132  
Metadata, 132  
Metrics, 58  
Metryczne, 58  
Miarki, 52  
Midpoint, 123  
MIT (X11), 44  
Mobile Leaderboard, 173  
mockup, 50, 51, 55, 60  
moire, *Patrz* mora  
Moire Reduction, 126  
monitor, 88  
    kalibracja, 88  
mora, 126  
Move, 53, 57  
MP4, 178  
MyBaze, 198, 230  
    tło sklepu, 199  
    zdjęcie profilowe, 198, 230  
MySQL, 79

## N

nadanie etykiety, 231  
nadanie oceny gwiazdkami, 231  
nagłówki, 14  
Nakładka, 161  
Nakładka farby, 122  
Name, 61  
narzędzie  
    Adjustment Brush, 125, 129  
    Cięcie na plasterki, 71, 77  
    Clone Stamp, 147  
    Crop, 71  
    Direct Selection, 55, 57  
    Elliptical Marquee, 139  
    Filtr promieniowy, 125  
    Graduated Filter, 125  
    Hand, 104  
    Healing Brush, 147  
    Kadruj, 71  
    Lasso magnetyczne, 155  
    Lasso wielokątne, 155  
    Lupka, 104  
    Łatka, 147  
    Magic Wand, 151  
    Magnetic Lasso, 155  
    Move, 53, 57  
    Patch, 147  
    Path Selection, 55, 57, 166  
    Pen, 55  
    Pędzel korekty, 125, 129  
    Pędzel korygujący, 147  
    Pion, 100  
    Pióro, 55  
    Polygonal Lasso, 155  
    Prostokąt, 55, 56  
    Przesunięcie, 53, 57  
    Quick Selection, 151  
    Radial Filter, 125  
    Rączka, 104  
    Rectangle, 55, 56  
    Rectangular Marquee, 139  
    Red Eye Removal, 131  
    Redukcja punktów, 129  
    Rounded Rectangle, 165  
    Różdzka, 151  
    Slice Select, 71, 77  
    Slice, 71, 77  
    Spot Removal, 129  
    Stempel, 147  
    Stopniowy filtr, 125  
    Szybkie zaznaczanie, 151  
    Tekst, 55, 57, 58, 59, 165  
    Type, 55, 57, 58, 59, 165  
    Upright, 100  
    Usuwanie efektu  
        czerwonych oczu, 131  
        Zaokrąglony prostokąt, 165  
    Zaznaczanie bezpośrednie,  
        55, 57  
    Zaznaczanie eliptyczne, 139  
    Zaznaczanie plasterków,  
        71, 77  
    Zaznaczanie prostokątne, 139  
    Zaznaczanie ścieżek, 55,  
        57, 166  
    Zoom, 104  
Nasylenie, 116, 143  
Nazwa, 61  
New Document, 230  
New Group, 60  
New Guide, 53  
New Layer with Layer Mask,  
    157  
New Smart Collection, 97  
New Workspace, 26  
Nie powiększaj, 133  
Nie zmieniaj nazwy plików, 92  
niebieski, 23  
Niebieskie, 116  
Nierówność, 124  
None, 58  
Nowa kolekcja inteligentna, 97  
Nowa linia pomocnicza, 53  
Nowa przestrzeń robocza, 26  
Nowa warstwa z maską  
    warstwy, 157  
Nowy dokument, 230

## O

obiektów, 83  
    fisheye, 83  
    makro, 83  
    portretowy, 83  
    szerokokątny, 83  
    teleobiektyw, 83  
    zmiennooogniskowy, 83  
Obrót i powiększenie, 177  
Obry, 57  
Obsługa plików, 29  
Obwiednia śladu rozmycia, 150  
Oczyść kolory, 156  
Od środka, 56  
odnośniki, 16  
Odwróć selekcję, 231  
Odnazcz, 231  
OGG, 178  
Ogranicz wielkość pliku do, 132  
Okno, 26, 59, 61  
Określ interlinię, 59  
Opacity, 166  
Opcje pokazu slajdów, 94  
Opcje wyświetlania krzywej, 143

Opcje zapisywania pliku, 29  
 Open, 231  
 Open Adobe Bridge, 92  
 OpenCart, 79  
 OpenOffice Calc, 211  
 OpenType Features, 60  
 Operacje, 26  
 Optical, 58  
 Optimized, 76, 77  
 Optyczne, 58  
 Oranges, 116  
 OSCommerce, 79  
 Ostre, 58  
 Oś czasu, 26, 174  
 oświetlenie  
     blenda, 84  
     daylight, 84  
     sztuczne, 84  
     temperatury barwowe, 84  
 Otwórz, 231  
 Otwórz program Adobe  
     Bridge, 92  
 Overlay, 161

## P

packshot, 85, 169  
 Paint Overlay, 122  
 Pan, 177  
 panel, 26  
     administracyjny, 79  
     Biblioteki, 42  
     Character Styles, 59  
     Kompozycje warstw, 61  
     Layer Comps, 61  
     Layers, 60, 61  
     Libraries, 42  
     Próbki, 40  
     Style znaków, 59  
     Swatches, 40  
     Warstwy, 60, 61  
 Panoramowanie, 177  
 Paragraph, 58, 59  
 Parameters, 169  
 Parametric, 113  
 Parametry, 169  
 Parametrycznie, 113  
 pasek boczny, 14  
 Paste, 230  
 Paste Lorem Ipsum, 60  
 Patch, 147  
 Path Selection, 55, 166  
 PDF Presentation, 172  
 Pen, 55  
 Percentage, 133  
 Pędzel korekty, 125, 127, 231  
 Pędzel korygujący, 146, 147  
 Photo Downloader, 91  
 PHP, 79  
 Pierwszy plan, 136  
 Pigment, 143  
 Piks, 52  
 Pinterest, 191, 192, 229  
     ikona profilu, 192  
     zdjęcie profilowe, 229  
 Pion, 100, 102  
 Pionowo, 102  
 Piórko, 123  
 Pióro, 55  
 Pixels, 52  
 Plasterki, 77  
 plik  
     .app, 209  
     .AppleScript, 215  
     .ase, 40  
     .gif, 72  
     .ico, 66  
     .jpg, 72  
     .js, 215  
     .jsx, 215  
     .log, 225  
     .otf, 47  
     .png, 66, 72  
     .scpt, 215  
     .swf, 167  
     .ttf, 45, 47  
     .vba, 215  
 Plik, 61  
 plugin, 79  
 Płynne, 58  
 Pobieranie zdjęć, 91  
 Pobierz multimedia, 92  
 Pobierz obrazy z aparatu  
     fotograficznego, 91  
 Podstawowe, 107, 114  
 Podstawowe formaty znaków, 59  
 Podziałka, 53  
 Point, 113  
 Pokaż, 53  
 Pokaż nakładkę, 103, 104  
 Pokaż przycinanie, 142  
 Pokaż/ukryj linie pomocnicze,  
     230  
 Pokaż/ukryj miarki, 230  
 Polygonal Lasso, 155  
 Położenie, 61  
 Pomarańczowe, 116  
 pomarańczowy, 22  
 Pomniejszanie widoku, 230  
 Portrait, 173  
 Position, 53, 61  
 Post Crop Vignetting, 122  
 Powiększanie widoku, 230  
 Poziomo, 53, 102  
 Pozycja, 53  
 Preferences, 29, 53, 230  
 Preferencje, 29, 53, 230  
 PrestaShop, 79  
 Prezentacja PDF, 172  
 Print Screen, 230  
 Priorytet jasnych partii  
     obrazu, 122  
 Priorytet koloru, 122  
 Procent, 133  
 proces zakupowy, 18  
 produkty, 16  
     kategorie, 16  
 Profil, 100  
 Profile, 100  
 Promieniowy filtr, 231  
 Promień, 156  
 Properties, 26  
 Proporcja, 136  
 Prostokąt, 55, 56  
 prostowanie, 103  
 Prostowanie, 105, 231  
 Próbki kolorów, 154  
 Próbki ponownie, 135  
 próbnik kolorów, 136  
 Próbnik kolorów, 58  
 Przezroczystość, 121  
 Przejściowy filtr, 231  
 przekierowanie, 79  
     301, 79  
     wartościowe, 79  
 Przekształcanie swobodne, 230  
 Przekształć, 102  
 Przekształć swobodnie, 164  
 Przeprowadź ponowne  
     próbkowanie obrazu, 135  
 Przeskaluj, by zmieścić, 99  
 Przestrzeń robocza, 26  
 Przesunięcie, 57  
 Przezroczystość, 67, 77  
 Przezroczysty, 164  
 Przyciągaj, 54, 71  
 Przyciągaj do, 54  
 przycisk zamknięcia, 26  
 przycisk zwijania do ikony, 26  
 przyciski, 16  
 przysłona obiektywu, 83  
 Punkt środkowy, 123  
 Punktowo, 113  
 Punktowy pędzel korygujący, 146  
 Pupil Size, 131  
 Purple Amount, 101  
 Purple Hue, 101  
 Purples, 116  
 pusta przestrzeń, 19  
 Python, 79

## Q

Quality, 77, 132  
Quick Mask, 151  
Quick Selection, 151

## R

Radial Filter, 125, 231  
Radius, 156  
raster, 27  
Ratio, 136  
RAW, 82, 92  
Rączka, 104  
Rectangle, 55, 56, 164  
Rectangular Marquee, 139  
Red Eye Removal, 131, 231  
redirect, 79  
Reds, 116  
Redukcja efektu czerwonych  
oczu, 231  
Redukcja mory, 126  
Redukcja potrząśnięć, 117, 149  
redukcja punktów, 130  
Redukcja punktów, 129  
redukcja szumu, 117  
Remove Chromatic Aberration,  
100, 101  
Remove Location Info, 132  
Rename Files, 92  
Resample, 135  
Resample Image, 135  
Resize To Fit, 99, 133  
Resolution, 135, 164  
responsywne strony, 79  
retusz, 129  
retuszowanie  
niedoskonałości, 145  
Review Mode, 94, 231  
RGB, 27  
Roughness, 124  
Rounded Rectangle, 165  
Roundness, 123  
Rozdziel tonowanie, 121  
Rozdzielczość, 135, 164  
Rozgrupuj stos, 231  
Rozm. żrenicy, 131  
Rozmiar czcionki, 57  
Rozmiar dokumentu, 135  
Rozmiar obrazu, 67, 77  
Rozwiń wszystkie stosy, 97  
Równa się, 97  
róż, 23  
Różdżka, 151  
Ruby, 79  
Ruby on Rails, 79  
Rulers, 52

## S

Sampled Colors, 154  
Saturation, 116, 143  
Save For Web, 66, 67, 72, 76,  
230  
Save in Background, 29  
Scaled to Fit, 94  
ScriptingListener, 224  
Scripts, 61  
SEO, 79  
server-side, 79  
Seryjna zmiana nazw, 202  
seryjna zmiana nazw  
plików, 202  
seryjna zmiana rozmiaru, 203  
seryjne stosowanie operacji, 207  
Set To Original Crop, 105  
Settings, 27  
Shadows, 112, 113, 114  
Shake Reduction, 117, 149  
Sharp, 58  
Sharpen For, 99  
Sharpening, 117  
Short Side, 133  
Show, 53  
Show Clipping, 142  
Show Overlay, 103, 104  
Show/Hide Guides, 230  
Show/Hide Rulers, 230  
Siatka, 53, 54  
sidebar, *Patrz* pasek boczny  
SIL Open Font License  
— OFL, 44  
Skalowane, aby zmieścić, 94  
Skalowanie obrazu, 133  
Skaluj, by zmieścić, 133  
Skin Tones, 154  
Skopiuj aktywną warstwę, 231  
Skoryguj, 130  
Skrypty, 61  
Skyscraper, 168, 173  
Slice, 71, 77  
Slice Select, 71, 77  
Slices, 77  
Slide Duration, 94  
slider, 84, 170  
Slideshow Options, 94, 230  
Small Square, 173  
Smart Radius, 156  
Smooth, 58, 156  
Smoothness, 150  
Snap, 54, 71  
Snap To, 54  
Soft Light, 161  
Split Toning, 121  
Spłaszcz warstwę, 231

Spot Healing Brush, 146  
Spot Removal, 129, 231  
SQL, 79  
Square, 173  
Square Button, 164  
sRGB, 27  
Stacks, 96, 97  
standardowa fawikona, 228  
Stempel, 147  
stopka, 14  
Stopniowy filtr, 125, 127  
Stosy, 9 6, 97  
Straighten, 105, 231  
Stroke, 57  
strona internetowa  
layout, 50  
mockup, 50, 51, 55  
szkielet, 50  
układ funkcjonalny, 50  
wireframe, 50, 51  
Style znaków, 59  
Subdivisions, 53  
sygnet, 62  
Synchronizuj, 106  
Synchronizuj, 106  
szary, 23  
Szczegóły luminancji, 120  
Szerokość, 135  
Szerokość i wysokość, 133  
Szybka maska, 151  
Szybkie zaznaczanie, 151  
Szybkość odtwarzania, 178

## Ś

Światła, 112, 113, 114

## T

Tablica kolorów, 77  
tekst, 24  
dobre praktyki  
kolorystyczne, 24  
Tekst, 55, 57, 58, 59, 60, 165  
tekst zastępczy, 60  
teleobiektyw, 83  
Temperatura, 107  
Temperature, 107  
tetradą, 38  
Timeline, 26, 174  
Tint, 107  
Tinta, 107  
tło, 24, 84  
dobre praktyki  
kolorystyczne, 24  
Tło, 136  
Tone Curve, 113

Tony karnacji, 154  
tracking, 59  
Tracking, 59  
Transform, 102  
Transparency, 67, 77  
treść, 14  
triada, 38  
tryb Program, 82  
Tryb recenzji, 94, 231  
Tumblr, 195  
tween, 169  
Twitter, 185, 229  
    awatar, 185  
    zdjęcie profilowe, 185, 229  
tworzenie zoomów, 138  
Type, 55, 57, 58, 59, 60, 165  
Typografia, 58, 59

## U

uchwyt powiększania górnego, 26  
uchwyt rozciągania, 26  
układ funkcjonalny, 50  
Undo, 29  
Ungroup from Stack, 231  
Upright, 100, 102  
Ustawienia, 27  
Ustawienia kolorów, 230  
Ustawienia koloru, 27  
Ustawienia koloru dla internetu w Europie 2, 27  
Ustawienia pokazuj slajdów, 230  
usunięcie oceny i etykiety, 231  
Usuń aberrację chromatyczną, 100, 101  
Usuń informacje o lokalizacji, 132  
Usuń linie pomocnicze, 53  
Usuń oryginalne pliki, 92  
Usuń wykadrowane piksele, 137  
Usuwanie efektu czerwonych oczu, 131  
Usuwanie plamek, 231  
Utwórz animację klatek, 167, 174  
Utwórz nową grupę, 60  
Utwórz nowy styl znaków, 59  
Utwórz oś czasu wideo, 167, 174  
Utwórz podfoldery, 92  
Uwzględnianie zawartości, 145

## V

Vertical, 53, 102  
Vertical Rectangle, 173

Vibrance, 116  
View, 52, 53, 54  
Virtuemart, 79  
Visibility, 61

## W

warstwa, 27  
Warstwy, 26, 60, 61  
WEBM, 178  
wezwanie do akcji, 24  
White Balance, 106, 107, 231  
Whites, 112, 114  
Wide Skyscraper, 164, 173  
wideo, 174  
Widoczność, 61  
Widok, 52, 53, 54  
Width, 135  
Width & Height, 133  
Window, 26, 59, 61  
Windows 8 Tile, 228  
winieta, 122  
Winietowanie po kadrowaniu, 122  
wireframe, 50, 51, 60  
Wklej, 230  
Wklej tekst lorem ipsum, 60  
Właściwości, 26  
Workspace, 26  
Wszystkie plasterki, 77  
Wszystkie plasterki użytkownika, 77  
Wtapienie, 156  
Wybierz Cień, 165  
Wyczyść obcięcie/kadrowanie, 105  
Wydziel, 74  
Wygląd, 61  
Wyglądanie, 150  
Wykryj twarze, 154  
Wymazywanie poprawek, 156  
Wymiary, 133  
Wyodrębnianie zasobów, 74, 230  
Wyostrz dla, 99  
wyostżanie, 117  
Wyostżanie, 117  
Wypełnienie, 56  
Wypełnienie z uwzględnieniem zawartości, 145  
Wypełnij, 231  
Wypełnij kolorem pierwszego planu, 231  
Wyrównanie, 57  
Wysokość, 135  
wyszukiwarka, 15

## Y

Yellows, 116  
YouTube, 179, 187, 229  
    grafika kanału, 187  
    ikona kanału, 187  
    zdjęcie profilowe, 229

## Z

Zaawans. formaty znaków, 59  
Zablokuj linie pomocnicze, 53  
Zachowaj proporcje, 134  
Zaciemnienie dodatkowych monitorów, 94  
Zakres kolorów, 152, 154  
Zaokrąglony prostokąt, 165  
Zapisz dla Internetu, 66, 67, 72, 76, 230  
Zapisz w tle, 29  
Zasoby obrazów, 72  
Zaznaczanie bezpośrednie, 55, 57  
Zaznaczanie eliptyczne, 139  
Zaznaczanie plasterków, 71, 77  
Zaznaczanie prostokątne, 139  
Zaznaczanie ścieżek, 55, 166  
zdjęcia produktowe, 18, 82  
zdjęcie makro, 87  
zdjęcie profilowe, 182  
zdjęcie w środowisku użycia, 86  
zdjęcie z ludźmi, 87  
zieleń, 22  
Zielone, 116  
Zlokalizowane klastry kolorów, 154  
Zmiana rozmiaru, 231  
Zmiana rozmiaru obszaru roboczego, 231  
Zmień nazwy plików, 92  
znak wodny, 161  
Zniekształcenie, 102  
zoom, 139  
Zoom, 104, 231  
Zoom & Rotate, 177  
Zoom In, 230  
Zoom Out, 230  
zoomy, 138  
Zoptymalizowany, 76, 77  
Zrzut ekranu, 230  
Zwiń wszystkie stopy, 97

## Ż

Żółte, 116  
żółty, 22