

Futures Designed.

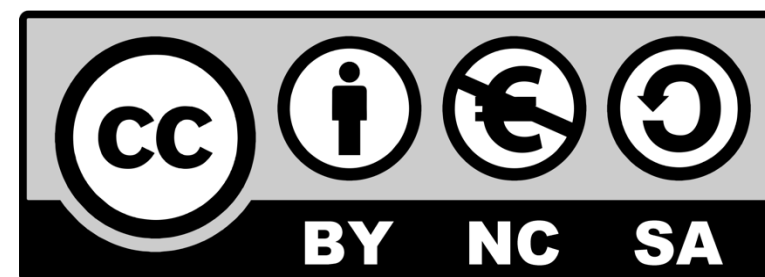
2

Ενότητα

Σχεδιασμός Διαφημιστικών Εκστρατειών για την Οθόνη



Co-funded by
the European Union

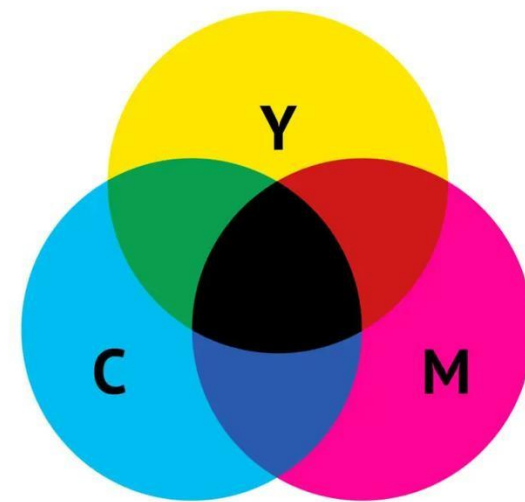
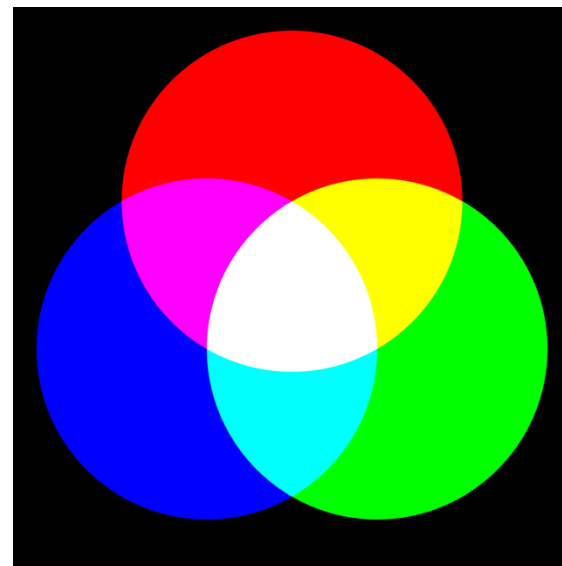


Επισκόπηση

Ο σχεδιασμός για οθόνες περιλαμβάνει έναν συνδυασμό τεχνικής εμπειρογνωσίας και θεωρητικής κατανόησης. Αυτό περιλαμβάνει τη γνώση της ανάλυσης οθόνης, τη θεωρία χρωμάτων, τις αρχές αποτελεσματικού μεγέθους και την ικανότητα προσαρμογής των σχεδίων ώστε να προσαρμόζονται σε διάφορες παραλλαγές συσκευών, όπως επιτραπέζιοι υπολογιστές, φορητοί υπολογιστές, ταμπλέτες και κινητά τηλέφωνα. Αυτή η ενότητα έχει ως στόχο να εφοδιάσει τα άτομα με τις ολοκληρωμένες πληροφορίες και δεξιότητες που απαιτούνται για τη δημιουργία οπτικά ελκυστικών και λειτουργικών σχεδίων για ψηφιακές οθόνες.

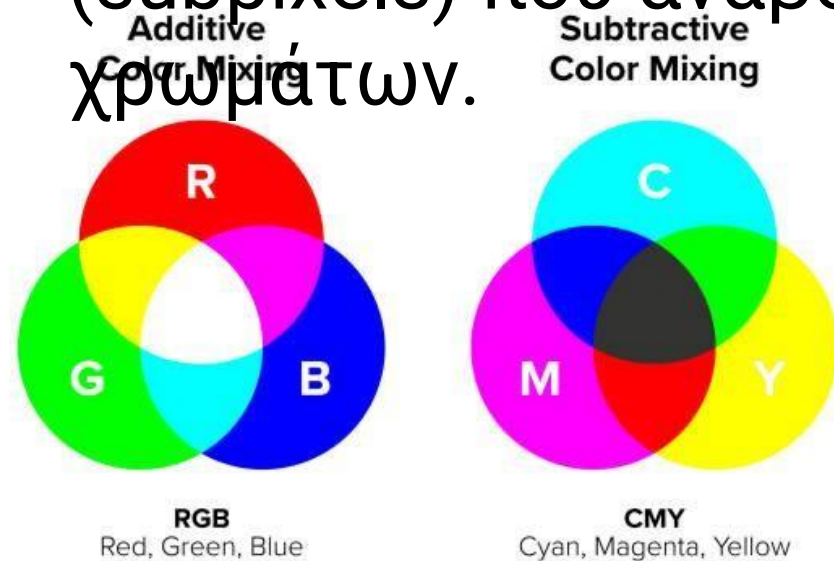
Χρώμα Οθόνης: Επεξήγηση των μοντέλων χρώματος στην οθόνη

Τα δύο βασικά μοντέλα χρωμάτων που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία σχεδιασμού είναι το RGB (κόκκινο, πράσινο, μπλε) και το CMYK (κυανό, ματζέντα, κίτρινο, χρώμα-κλειδί/μαύρο).



Χρώμα Οθόνης: Επεξήγηση των μοντέλων χρώματος στην οθόνη

Τα χρώματα RGB χρησιμοποιούνται για την απεικόνιση στην οθόνη, όπως στις τηλεοράσεις, στις οθόνες υπολογιστών και στις ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές. Το RGB είναι ένα προσθετικό χρωματικό μοντέλο, που σημαίνει ότι τα χρώματα δημιουργούνται με την προσθήκη διαφορετικών εντάσεων κόκκινου, πράσινου και μπλε φωτός. Κάθε εικονοστοιχείο (pixel) σε μια οθόνη αποτελείται από κόκκινα, πράσινα και μπλε υποεικονοστοιχεία (subpixels) που ανάβουν με διαφορετικές εντάσεις για να δημιουργήσουν ένα ευρύ φάσμα χρωμάτων.



Χρώμα Οθόνης: Επεξήγηση των μοντέλων χρώματος στην οθόνη

Από την άλλη πλευρά, τα χρώματα CMYK χρησιμοποιούνται για την έγχρωμη εκτύπωση. Το CMYK είναι ένα αφαιρετικό χρωματικό μοντέλο, που σημαίνει ότι τα χρώματα δημιουργούνται με την αφαίρεση διαφορετικών ποσοτήτων κυανού, ματζέντα, κίτρινου και βασικού (μαύρου) μελανιού. Όταν συνδυάζονται σε πλήρη ένταση, αυτά τα χρώματα δημιουργούν το μαύρο. Όταν εκτυπώνεται σε λευκό χαρτί, οι επικαλυπτόμενες κουκκίδες κυανού, ματζέντα, κίτρινου και μαύρου μελανιού δημιουργούν διαφορετικούς χρωματικούς συνδυασμούς. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα χρώματα RGB εμφανίζονται διαφορετικά στο χαρτί από ό,τι στην οθόνη. Επομένως, για την ακριβή αναπαραγωγή ψηφιακών εικόνων ή σχεδίων στην εκτύπωση, είναι απαραίτητη η μετατροπή των χρωμάτων από RGB σε CMYK.



Χρώμα Οθόνης: Επεξήγηση των μοντέλων χρώματος στην οθόνη

Για παράδειγμα, αν σχεδιάζετε ένα γραφικό για ψηφιακή χρήση και εκτύπωση, θα πρέπει να μετατρέψετε τα χρώματα από RGB σε CMYK για να διασφαλίσετε ότι η εκτυπωμένη έκδοση θα ταιριάζει με τα προβλεπόμενα χρώματα.

Η μετατροπή αυτή μπορεί να γίνει με την προσαρμογή του προφίλ χρώματος στο λογισμικό σχεδιασμού ή με τη χρήση ενός διαδικτυακού εργαλείου μετατροπής χρώματος.

Σημειώστε ότι ένα τυπικό αρχείο για εκτύπωση θα έχει μέγεθος A4 (297mmx210mm) και 300dpi CMYK χρώμα, ενώ ένα αρχείο για την οθόνη θα είναι 1080 pixels x 1920 pixels με 72dpi RGB χρώμα.

Χρώμα Οθόνης: Επεξήγηση των μοντέλων χρώματος στην οθόνη

Η γκάμα χρωμάτων RGB περιλαμβάνει το φάσμα των χρωμάτων που μπορούν να παραχθούν με τη χρήση του κόκκινου, πράσινου και μπλε χρωματικού μοντέλου. Κάθε χρωματικό στοιχείο (κόκκινο, πράσινο και μπλε) έχει εύρος από 0 (που αντιπροσωπεύει το μαύρο) έως 1 (που αντιπροσωπεύει το λευκό). Στην περίπτωση βάθους χρώματος 8 bit, η τιμή κάθε στοιχείου κυμαίνεται από 0 έως 255 προσφέροντας 256 επίπεδα για κάθε χρώμα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα συνολικά 16.777.216 πιθανά χρώματα ($256 \times 256 \times 256$).

Χρώμα Οθόνης: Επεξήγηση των μοντέλων χρώματος στην οθόνη

Εκτός από το RGB, ο ψηφιακός σχεδιασμός χρησιμοποιεί διάφορα άλλα χρωματικά μοντέλα, όπως το HSL (απόχρωση, κορεσμός, φωτεινότητα), το HSLA (HSL με κανάλι Alpha για την αδιαφάνεια) και το RGBA (RGB με κανάλι Alpha). Παρ' όλα αυτά, οι δεκαεξαδικές (Hex) τιμές έχουν αναδειχθεί ως το πρότυπο για τον προσδιορισμό των χρωμάτων στην ανάπτυξη ιστού, επειδή αναπαρίστανται με ψηφία, ώστε να μπορούν εύκολα να υιοθετηθούν στο πλαίσιο της κωδικοποίησης ιστού. Ένας άλλος λόγος για τον οποίο προτιμώνται τα δεκαεξαδικά χρώματα είναι ότι οι κώδικες πίσω από αυτά τα χρώματα βοηθούν τους ιστότοπους να φορτώνουν ταχύτερα διασφαλίζοντας ότι οι χρήστες/-στριες δεν θα κάνουν κλικ μακριά από έναν ιστότοπο με αργή φόρτωση και ότι οι επιχειρήσεις δεν θα χάσουν πελάτες/-τισσες λόγω κακής απόδοσης του ιστότοπου. #

Ακολουθεί ένας δικτυακός σύνδεσμος που εξηγεί λεπτομερέστερα τη χρήση των δεκαεξαδικών χρωμάτων: <https://www.istockphoto.com/blog/best-practices/design/hex-colors-guide-how-do-hex-colors-work>

Ψηφιακά Χρωματικά Σχήματα: Σημασία και Εφαρμογές

Πολυάριθμες μελέτες έχουν αποδείξει ότι τα χρώματα επηρεάζουν ισχυρά τις γνωστικές και συναισθηματικές αντιδράσεις των καταναλωτών/-τριών. Η επίδραση αυτή εκτείνεται σε διάφορες δημογραφικές ομάδες και βιομηχανίες αναδεικνύοντας τον σημαντικό ρόλο της ψυχολογίας των χρωμάτων στον διαφημιστικό σχεδιασμό.

Η επιλογή ενός συνδυασμού χρωμάτων είναι μια κρίσιμη πτυχή του σχεδιασμού, είτε πρόκειται για έναν ιστότοπο, μια ψηφιακή καμπάνια ή οποιοδήποτε άλλο οπτικό έργο. Τα χρώματα που επιλέγονται πρέπει όχι μόνο να είναι οπτικά ελκυστικά αλλά και να αντικατοπτρίζουν την ταυτότητα της μάρκας με σαφήνεια και αποτελεσματικότητα. Μια καλά εκτελεσμένη στρατηγική branding είναι απαραίτητη για την επιτυχία ενός οργανισμού για διάφορους λόγους. Μια μοναδική ταυτότητα μάρκας είναι σαν ένα πρόσωπο με τα ξεχωριστά χαρακτηριστικά, το οποίο μεταφέρει αποτελεσματικά αυτό που αντιπροσωπεύει ο οργανισμός.

Ψηφιακά Χρωματικά Σχήματα: Σημασία και Εφαρμογές

Είναι σημαντικό να αναπτύξετε και να ενσωματώσετε αυτή την ταυτότητα στο υλικό μάρκετινγκ και στον ιστότοπο, με τον χρωματικό σχεδιασμό να παίζει βασικό ρόλο σε αυτή τη διαδικασία. Ένας σαγηνευτικός χρωματικός συνδυασμός έχει τη δύναμη να αιχμαλωτίσει την προσοχή των πελατών/-τισσών και να αφήσει μόνιμη εντύπωση, ενώ μια κακή επιλογή χρωμάτων μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση ή αδιαφορία. Μια αποτελεσματική χρωματική παλέτα όχι μόνο ενθαρρύνει την αφοσίωση στη μάρκα, αλλά βοηθά επίσης στο να ξεχωρίζει η μάρκα από τους/τις ανταγωνιστές/-στριές της. Η πίστη στη μάρκα αποτελεί κρίσιμο παράγοντα τόσο για τις εταιρείες όσο και για τους/τις πελάτες/-τισσες, καθώς προάγει τις μακροχρόνιες σχέσεις και την εμπιστοσύνη.

Ψηφιακά Χρωματικά Σχήματα: Σημασία και Εφαρμογές

Η επιλογή ενός χρώματος για τον ιστότοπο της μάρκας σας ή για οποιοδήποτε άλλο ψηφιακό περιεχόμενο προϋποθέτει την εξέταση πολλών μεταβλητών. Μια σημαντική μεταβλητή που δεν μπορείτε να ελέγξετε είναι το πώς τα χρώματα της μάρκας σας θα φαίνονται στις διάφορες οθόνες, δεδομένων των διαφορετικών ρυθμίσεων. Οι νέοι φορητοί υπολογιστές, οι παλαιότερες συσκευές, οι επιτραπέζιοι υπολογιστές, οι έξυπνες τηλεοράσεις, τα πολυάριθμα κινητά τηλέφωνα και οι ψηφιακές οθόνες μπορούν να δημιουργήσουν ασυνέπειες. Ένα βίντεο που φαίνεται ζωηρό στην οθόνη σας μπορεί να φαίνεται θαμπό ή υπερβολικά φωτεινό στη συσκευή κάποιου άλλου ατόμου. Αυτό οδηγεί σε μια διαφορετική εμπειρία μάρκας. Γι' αυτό είναι σημαντικό να αναγνωρίσετε ότι οι αποκλίσεις είναι αναπόφευκτες.

Ακόμα και με το ίδιο υλικό, ο τρόπος με τον οποίο εμφανίζεται σε διαφορετικές οθόνες παραμένει απρόβλεπτος.

Ψηφιακά Χρωματικά Σχήματα: Σημασία και Εφαρμογές

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η σωστή εφαρμογή των χρωμάτων και των στοιχείων του εμπορικού σήματος μπορεί να είναι πιο δύσκολη από ό,τι αναμενόταν. Ένα βασικό στοιχείο της ταυτότητας του εμπορικού σήματος είναι συχνά απλώς ένα επίπεδο χρώμα, όπως το κόκκινο της Coca-Cola, που χρησιμοποιείται σε περίοπτη θέση στα σχέδια. Ενώ στις εκτυπώσεις, η διατήρηση της συνέπειας με αυτό το επίσημο χρώμα καθίσταται δυνατή με το σύστημα αντιστοίχισης Pantone στα ψηφιακά αρχεία, η διαχείριση γίνεται με τη χρήση δεκαεξαδικής μορφής. Οι δεκαεξαδικοί κωδικοί αρχίζουν με ένα σύμβολο # που ακολουθείται από μια ακολουθία αριθμών που αντιπροσωπεύουν μίγματα χρωμάτων. Οι σχεδιαστές/-στριες ιστοσελίδων και οι ειδικοί του διαδικτυακού μάρκετινγκ θα σας πουν ότι τα δεκαεξαδικά χρώματα είναι «ασφαλή για τον ιστό». Αυτό σημαίνει ότι αναπαράγονται με συνέπεια σε διαφορετικά προγράμματα περιήγησης στο Διαδίκτυο και οθόνες, αν και αυτό δεν είναι 100% ακριβές λόγω των ποικίλων διαφορών οθόνης που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Ακολουθεί ένας σύνδεσμος που εξηγεί αυτές τις μεταβλητές σε βάθος:
<https://medium.com/digital-x-brand/nightmares-in-screen-color-2f57fe26e1ed>

Μέγεθος Οθόνης & Ανάλυση Οθόνης: Κατανόηση των Παραλλαγών των Συσκευών

Η ανάλυση οθόνης αναφέρεται στον αριθμό των εικονοστοιχείων (pixels) που συνθέτουν τις εικόνες σε μια οθόνη. Συνήθως αναπαρίσταται ως συνδυασμός οριζόντιων και κάθετων pixel, όπως 1920x1080, που είναι μια κοινή ανάλυση για οθόνες γραφείου. Οι οθόνες υψηλότερης ανάλυσης μπορούν να φιλοξενήσουν περισσότερα εικονοστοιχεία επιτρέποντας την ευκρινέστερη και λεπτομερέστερη απεικόνιση του περιεχομένου σε σύγκριση με τις οθόνες χαμηλότερης ανάλυσης.

Μέγεθος Οθόνης & Ανάλυση Οθόνης: Κατανόηση των Παραλλαγών των Συσκευών

Η κατανόηση της ανάλυσης οθόνης και του μεγέθους οθόνης είναι μείζονος σημασίας για τα άτομα που εργάζονται με μέσα σε οθόνες. Το μέγεθος της οθόνης αναφέρεται στις φυσικές διαστάσεις της οθόνης, που συνήθως μετριοούνται σε ίντσες. Από την άλλη πλευρά, η ανάλυση της οθόνης αναφέρεται στον αριθμό των εικονοστοιχείων που σχηματίζουν την οθόνη, συνήθως εκφραζόμενο ως το πλάτος επί το ύψος σε εικονοστοιχεία (π.χ. 1920 pixels x1080 pixels). Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το μέγεθος της οθόνης και η ανάλυση είναι ανεξάρτητα το ένα από το άλλο, πράγμα που σημαίνει ότι μια μεγαλύτερη οθόνη δεν έχει απαραίτητα και μεγαλύτερη ανάλυση και το αντίστροφο.

Μέγεθος Οθόνης & Ανάλυση Οθόνης: Κατανόηση των Παραλλαγών των Συσκευών

Όταν θέλετε να επιλέξετε το ιδανικό μέγεθος αρχείου και ανάλυση για το ψηφιακό σας περιεχόμενο, θα πρέπει να λάβετε υπόψη το μέγεθος της οθόνης. Οι μικρότερες οθόνες μπορούν να προβάλλουν αποτελεσματικά περιεχόμενο με χαμηλότερες αναλύσεις, ενώ οι μεγαλύτερες οθόνες απαιτούν υψηλότερες αναλύσεις για να διατηρηθεί η ευκρίνεια της εικόνας και η οπτική σαφήνεια. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο τόσο το μέγεθος της οθόνης όσο και η ανάλυση είναι σημαντικοί παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τον σχεδιασμό για προβολή σε οθόνη.

Μέγεθος Οθόνης & Ανάλυση Οθόνης: Κατανόηση των Παραλλαγών των Συσκευών

Στον σύγχρονο σχεδιασμό ιστοσελίδων, ο ανταποκρινόμενος σχεδιασμός (responsive design) επιτρέπει στους ιστότοπους να προσαρμόζονται σε διαφορετικά μεγέθη οθόνης διασφαλίζοντας ότι το ίδιο περιεχόμενο μπορεί να εμφανίζεται σε όλες τις συσκευές με διαφορετικά στυλ ανάλογα με τον διαθέσιμο χώρο. Ο εν λόγω σχεδιασμός έχει γίνει όλο και πιο σημαντικός με την ευρεία χρήση κινητών συσκευών για πρόσβαση στο διαδίκτυο. Έχει αναδειχθεί ως η τυπική λύση για την εμφάνιση περιεχομένου σε διάφορα μεγέθη και αναλύσεις συσκευών. Ο ανταποκρινόμενος σχεδιασμός προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα σε σχέση με τη δημιουργία ξεχωριστών εκδόσεων ιστότοπων για κινητά τηλέφωνα, συμπεριλαμβανομένης της οικονομικής αποδοτικότητας και της απλουστευμένης συντήρησης.

Μέγεθος Οθόνης & Ανάλυση Οθόνης: Κατανόηση των Παραλλαγών των Συσκευών

Επιπλέον, ο ανταποκρινόμενος σχεδιασμός έχει ενσωματωθεί στον σχεδιασμό εφαρμογών ιστού επιτρέποντας στους/στις χρήστες/-στριες να έχουν απρόσκοπτη πρόσβαση στις πληροφορίες από διαφορετικές συσκευές. Εργαλεία όπως το Bootstrap έχουν απλουστεύσει σημαντικά τη διαδικασία δημιουργίας responsive εφαρμογών ιστού διευκολύνοντας τους/τις προγραμματιστές/-στριες να δημιουργούν εφαρμογές που παρέχουν μια συνεπή και φιλική προς τον/τη χρήστη/-στρια εμπειρία σε διάφορες συσκευές.

Ακολουθεί ένας σύνδεσμος που εξηγεί τη χρήση του responsive design: <https://1902software.com/blog/screen-resolution/>

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

Οι ψηφιακές εικόνες μπορούν να κωδικοποιηθούν χρησιμοποιώντας διάφορους τύπους αρχείων που καθένας από αυτούς έχει τα δικά του μοναδικά χαρακτηριστικά. Μερικοί από τους πιο συνηθισμένους τύπους αρχείων για ψηφιακές εικόνες περιλαμβάνουν τα JPG, GIF, TIFF, PNG, BMP και RAW. Αυτοί οι τύποι αρχείων χρησιμοποιούνται για την αποθήκευση και την εμφάνιση εικόνων σε ψηφιακή μορφή και ο καθένας έχει τα δικά του πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

Η κατανόηση των διαφορών μεταξύ των τύπων αρχείων και των αντίστοιχων τεχνικών συμπίεσης είναι απαραίτητη για την επιλογή του καταλληλότερου μορφότυπου (format) για την αποθήκευση και την κοινή χρήση ψηφιακών εικόνων. Κάθε τύπος αρχείου έχει τα δικά του μοναδικά χαρακτηριστικά και τις δικές του περιπτώσεις χρήσης, ενώ η γνώση του τρόπου επιλογής του σωστού μορφότυπου μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την ποιότητα και την αποτελεσματικότητα της εργασίας με ψηφιακές εικόνες.

Κατά τη συμπίεση δεδομένων, είναι σημαντικό να κατανοήσετε τη διάκριση μεταξύ μεθόδων με και χωρίς απώλειες. Ένας αλγόριθμος συμπίεσης χωρίς απώλειες διατηρεί όλα τα αρχικά δεδομένα σε ένα αρχείο, ενώ παράλληλα βρίσκει τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους αναπαράστασής τους χωρίς να θυσιάζει την ακρίβεια. Αυτό σημαίνει ότι όταν το αρχείο αποσυμπίεστεί, θα είναι πανομοιότυπο με το πρωτότυπο. Από την άλλη πλευρά, η συμπίεση με απώλειες επιτρέπει κάποιο βαθμό απώλειας δεδομένων για την επίτευξη μικρότερου μεγέθους αρχείου.

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

Ένας αλγόριθμος συμπίεσης χωρίς απώλειες συχνά περιλαμβάνει τον εντοπισμό επαναλαμβανόμενων μοτίβων στα δεδομένα και την αντικατάστασή τους με στενογραφικές αναπαραστάσεις μειώνοντας το συνολικό μέγεθος του αρχείου χωρίς όμως να διακυβεύεται καμία πληροφορία. Αντίθετα, ένας αλγόριθμος με απώλειες μπορεί να επιτύχει μείωση του μεγέθους του αρχείου αποθηκεύοντας τις έγχρωμες πληροφορίες σε χαμηλότερη ανάλυση από την αρχική εικόνα, καθώς το ανθρώπινο μάτι είναι λιγότερο ευαίσθητο σε μικρές χρωματικές αλλαγές σε μικρές αποστάσεις.

Η κατανόηση των διαφορών μεταξύ συμπίεσης με και χωρίς απώλειες είναι καίριας σημασίας για την επιλογή της σωστής μεθόδου συμπίεσης για συγκεκριμένες εφαρμογές. Καθεμία έχει τα δικά της πλεονεκτήματα και περιορισμούς.

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

Οι εικόνες μπορούν να περιέχουν ένα ευρύ φάσμα χρωμάτων, με τις απλούστερες να έχουν μόνο δύο χρώματα, όπως το μαύρο και το άσπρο, που απαιτούν μόνο 1 bit για την αναπαράσταση κάθε pixel. Στις πρώτες ημέρες των προσωπικών υπολογιστών, πολλές κάρτες γραφικών μπορούσαν να υποστηρίξουν μόνο 16 σταθερά χρώματα. Καθώς η τεχνολογία εξελισσόταν, οι μεταγενέστερες κάρτες γραφικών ήταν σε θέση να απεικονίζουν ταυτόχρονα 256 χρώματα, επιλεγμένα από μια παλέτα 16 εκατομμυρίων χρωμάτων. Οι σημερινές κάρτες γραφικών διαθέτουν 24 bit σε κάθε pixel επιτρέποντάς τους να εμφανίζουν 16 εκατομμύρια χρώματα χωρίς περιορισμούς. Ορισμένες οθόνες υψηλών προδιαγραφών μπορούν να εμφανίσουν ακόμη και περισσότερα από 16 εκατομμύρια χρώματα. Ο όρος "TrueColor" χρησιμοποιείται συχνά για να αναφερθεί σε εικόνες με 24 bit ή 16 εκατομμύρια χρώματα, καθώς το ανθρώπινο μάτι δυσκολεύεται να διακρίνει μεταξύ παρόμοιων χρωμάτων σε αυτό το εύρος. Επιπλέον, οι προηγμένες σύγχρονες φωτογραφικές μηχανές είναι σε θέση να καταγράφουν ένα ακόμη ευρύτερο φάσμα χρωμάτων.

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

Διάφορα χαρακτηριστικά και σκοποί συνδέονται με διαφορετικούς τύπους μορφότυπων αρχείων εικόνας. Ακολουθεί μια βασική επισκόπηση των πιο συχνά χρησιμοποιούμενων μορφότυπων:

TIFF: Ένας ευέλικτος μορφότυπος που χρησιμοποιείται κυρίως για την αποθήκευση εικόνων χωρίς απώλειες. Δεν συμπιέζει τα αρχεία, οπότε τείνουν να είναι μεγάλα. Μερικές φορές χρησιμοποιείται ένας αλγόριθμος συμπίεσης που ονομάζεται LZW, αλλά δεν τον υποστηρίζουν όλα τα προγράμματα. Το TIFF είναι το προϊόν υψηλότερης ποιότητας από μια ψηφιακή φωτογραφική μηχανή. Προσφέρει καλύτερη ποιότητα από το JPG, αλλά έχει ως αποτέλεσμα μεγαλύτερα μεγέθη αρχείων. Το TIFF χρησιμοποιείται καλύτερα για την επεξεργασία και τον χειρισμό ψηφιακών εικόνων, καθώς αποτρέπει την υποβάθμιση με κάθε αποθήκευση. Ωστόσο, δεν συνιστάται για εικόνες στο διαδίκτυο λόγω των μεγάλων μεγεθών αρχείων και των προβλημάτων συμβατότητας με τα προγράμματα περιήγησης στο διαδίκτυο.

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

GIF: Δημιουργεί έναν πίνακα με έως και 256 χρώματα από ένα σύνολο 16 εκατομμυρίων. Μπορεί να αποδώσει εικόνες με λιγότερα από 256 χρώματα ακριβώς, αλλά για εικόνες με πολλά χρώματα, χρησιμοποιεί αλγόριθμους για την προσέγγιση των χρωμάτων με μια περιορισμένη παλέτα 256 χρωμάτων. Επιτυγχάνει συμπίεση μειώνοντας τον αριθμό των χρωμάτων και αντικαθιστώντας τα συχνά εμφανιζόμενα μοτίβα με μια σύντομη συντομογραφία. Αν η εικόνα σας έχει λιγότερα από 256 χρώματα και περιέχει μεγάλες περιοχές με ομοιόμορφο χρώμα, το GIF (Graphics Interchange Format) ήταν ιστορικά μια δημοφιλής επιλογή για εικόνες στο διαδίκτυο λόγω του μικρού μεγέθους του αρχείου και της ικανότητάς του να διατηρεί υψηλή ποιότητα εικόνας. Ωστόσο, λόγω του περιορισμού των 256 χρωμάτων ανά εικόνα δεν είναι κατάλληλο για φωτογραφίες που απαιτούν ευρύτερο χρωματικό φάσμα και μεγαλύτερο βάθος χρώματος. Κατά συνέπεια, άλλοι μορφότυποι εικόνας όπως το JPEG και το PNG έχουν γίνει πιο δημοφιλείς για φωτογραφίες στο διαδίκτυο. Το μόνο αρχείο GIF που έχει απομείνει προορίζεται για χρήση στη σελίδα με τις κινούμενες εικόνες.

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

Το PNG είναι επίσης ένας μορφότυπος χωρίς απώλειες, αλλά συμπιέζει το μέγεθος του αρχείου αναζητώντας μοτίβα στην εικόνα. Η συμπίεση είναι αντιστρέψιμη, οπότε η εικόνα ανακτάται ακριβώς. Αν έχετε μια εικόνα με μεγάλες περιοχές με ομοιόμορφο χρώμα αλλά περισσότερα από 256 χρώματα, το PNG είναι η καλύτερη επιλογή. Είναι παρόμοιο με το GIF, αλλά υποστηρίζει 16 εκατομμύρια χρώματα αντί για μόνο 256. Αν θέλετε να εμφανίσετε μια φωτογραφία υψηλής ποιότητας στο διαδίκτυο χωρίς να θυσιάσετε την ποιότητα, το PNG είναι η καλύτερη επιλογή. Τα σύγχρονα προγράμματα περιήγησης στο διαδίκτυο υποστηρίζουν το PNG, το οποίο είναι η μόνη μορφή χωρίς απώλειες που εγκρίνεται από τα προγράμματα περιήγησης στο διαδίκτυο. Το PNG ξεπερνά το GIF σχεδόν σε κάθε πτυχή. Δημιουργεί μικρότερα αρχεία, επιτρέπει περισσότερα χρώματα και υποστηρίζει μερική διαφάνεια. Η μερική διαφάνεια μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πολυάριθμους πρακτικούς σκοπούς, όπως για την εξασθένιση και την αντιδιαστολή κειμένου (εξομάλυνση γραμματοσειράς).

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

JPG: Ιδανικό για φωτογραφίες και εικόνες συνεχούς τόνου με πολλά χρώματα. Μπορεί να επιτύχει υψηλούς συντελεστές συμπίεσης διατηρώντας παράλληλα την ποιότητα της εικόνας. Ο βαθμός συμπίεσης είναι ρυθμιζόμενος και σε μέτρια επίπεδα είναι δύσκολο να διακρίνει κανείς διαφορά από το πρωτότυπο. Αυτός είναι ο προτιμώμενος μορφότυπος για τις περισσότερες εικόνες που βρίσκονται στο διαδίκτυο. Μπορείτε να διατηρήσετε υψηλή ποιότητα ακόμη και με σημαντική συμπίεση. Κατά την επεξεργασία, χρησιμοποιήστε τον συγκεκριμένο μορφότυπο του λογισμικού μέχρι να ολοκληρωθεί η εργασία και, στη συνέχεια, μετατρέψτε την σε JPG. Το JPEG είναι η πιο κοινή μορφή αρχείου για την αποθήκευση εικόνων σε ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές. Αν και η χρήση TIFF ή RAW μπορεί να βελτιώσει την ποιότητα της εικόνας, είναι συχνά δύσκολο να παρατηρήσετε τη διαφορά. Κατά τη λήψη εικόνων σε TIFF, υπάρχουν δύο μειονεκτήματα σε σύγκριση με το JPEG: μειωμένη χωρητικότητα της κάρτας μνήμης και μεγαλύτεροι χρόνοι επεξεργασίας για τη μεταφορά εικόνων. Ο μορφότυπος JPG δεν είναι κατάλληλος για γραμμική τέχνη, επειδή δυσκολεύεται να αποτυπώσει αποτελεσματικά τις λεπτομέρειες των συμπαγών

χρωμάτων και των αιχμηρών άκρων. Σε τέτοιες περιπτώσεις, πιο κατάλληλοι είναι οι μορφότυποι GIF και PNG.

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

RAW: Μια επιλογή εξαγωγής εικόνας που διατίθεται σε καλύτερες ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές. Είναι χωρίς απώλειες και μικρότερη από τα αρχεία TIFF της ίδιας εικόνας. Ωστόσο, υπάρχει διαφορετικός μορφότυπος RAW για κάθε κατασκευαστή και ενδέχεται να χρειαστείτε το λογισμικό του κατασκευαστή για να προβάλετε τις εικόνες. Αν η φωτογραφική σας μηχανή υποστηρίζει RAW, είναι σαν να έχετε μια ψηφιακή έκδοση ενός αρνητικού φιλμ που περιέχει όλα τα δεδομένα εικόνας. Όμως, τα αρχεία RAW δεν είναι ιδανικά για κοινή χρήση ή εκτύπωση. Καλύτερο είναι να τα μετατρέψετε σε PNG ή JPG. Διατηρήστε ένα αντίγραφο σε μορφή JPG και αποφύγετε να βασίζεστε αποκλειστικά σε ιδιόκτητους μορφότυπους για μακροπρόθεσμη αποθήκευση.

Αν και το RAW είναι ιδανικό για την αποθήκευση εικόνων στη φωτογραφική μηχανή και για προσωρινή αποθήκευση στον υπολογιστή σας, είναι σημαντικό να δημιουργήσετε ένα TIFF, PNG ή JPG για μακροπρόθεσμη αρχειοθέτηση. Οι περισσότερες φωτογραφικές μηχανές που υποστηρίζουν RAW σας επιτρέπουν να αποθηκεύετε εικόνες τόσο σε μορφή RAW όσο και σε μορφή JPG, κάτι το οποίο σας προτείνουμε. Το RAW διατηρεί όλες πληροφορίες που

καταγράφηκαν από τη φωτογραφική μηχανή και επιτρέπει περισσότερες επιλογές επεξεργασίας χωρίς υποβάθμιση σε σύγκριση με το JPG ή το PNG.

Μεγέθη Αρχείων στην Οθόνη, Ανάλυση, Πρότυπα Μορφότυπου και Εκτιμήσεις

BMP: Ένας ασυμπίεστος μορφότυπος που δημιουργήθηκε από τη Microsoft. Δεν υπάρχει κανένας καλός λόγος να χρησιμοποιείτε αυτόν τον μορφότυπο.

Όταν εργάζεστε με προγράμματα γραφικών, όπως το Photoshop ή το Paint Shop Pro, είναι σημαντικό να αποθηκεύετε τα αρχεία εργασίας σας στους ιδιόκτητους μορφότυπους του λογισμικού, όπως PSD ή PSP. Αυτοί οι μορφότυποι διατηρούν όλες τις δυνατότητες επεξεργασίας των προγραμμάτων. Ωστόσο, όταν τελειώσετε την επεξεργασία, φροντίστε να αποθηκεύσετε το τελικό σας αποτέλεσμα σε έναν τυπικό μορφότυπο, όπως TIFF ή JPG. Για εικόνες στο διαδίκτυο, οι πιο διαδεδομένοι μορφότυποι είναι οι GIF, PNG και JPG. Επομένως, η αποθήκευση των τελικών σας εικόνων σε έναν από αυτούς τους ευρέως υποστηριζόμενους μορφότυπους είναι το καλύτερο.

Βασικές Αρχές Τυπογραφίας στον Σχεδιασμό για Οθόνες, Επιλογή Γραμματοσειράς και Αναγνωσιμότητα

Όταν κοιτάζετε μια ιστοσελίδα ή οποιοδήποτε οπτικό περιεχόμενο σε μια οθόνη, είτε σε τηλέφωνο είτε σε επιτραπέζιο υπολογιστή, απορροφάτε συνεχώς το γραπτό κείμενο. Ανεξάρτητα από το πόσο ελκυστικό οπτικά μπορεί να είναι το περιεχόμενο, χάνει τη σημασία του αν το κείμενο δεν παρουσιάζεται με ευχάριστη τυπογραφία. Αυτή η πτυχή συχνά παραβλέπεται στον ψηφιακό σχεδιασμό, με αποτέλεσμα ένα μεγάλο μέρος του περιεχομένου στην οθόνη να αποτυγχάνει να συνδεθεί με το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

Κατά τον σχεδιασμό περιεχομένου στην οθόνη, οι βασικές αρχές του τύπου και της διάταξης είναι αρκετά παρόμοιες με αυτές που χρησιμοποιούνται στις εκτυπώσεις. Η κύρια διαφορά είναι η επιλογή των οικογενειών τύπων κατά τον σχεδιασμό ενός ιστότοπου. Θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη διάφορες σημαντικές εκτιμήσεις κατά την επιλογή μιας γραμματοσειράς για ένα website.

Βασικές Αρχές Τυπογραφίας στον Σχεδιασμό για Οθόνες, Επιλογή Γραμματοσειράς και Αναγνωσιμότητα

Μια κρίσιμη παράμετρος είναι η συσκευή του/της χρήστη/-στριας. Είναι σημαντικό να θυμάστε ότι δεν υποστηρίζουν ή δεν περιέχουν όλες οι συσκευές την ακριβή γραμματοσειρά που χρησιμοποιείται σε ένα website. Όταν συμβαίνει αυτό, η συσκευή θα αντικαταστήσει αυτόματα τη μη υποστηριζόμενη γραμματοσειρά με μια άλλη οδηγώντας ενδεχομένως σε απροσδόκητα οπτικά αποτελέσματα.

Επομένως, είναι σημαντικό να επιλέγετε γραμματοσειρές που υποστηρίζονται ευρέως σε διάφορες συσκευές, ώστε να εξασφαλίζετε μια συνεπή και οπτικά ελκυστική εμπειρία για όλους/-λες τους/τις χρήστες/-στριες. Για παράδειγμα, συνιστάται ιδιαίτερα η χρήση γραμματοσειρών της Google. Επιπλέον, η εξέταση εφεδρικών γραμματοσειρών (που χρησιμοποιούνται όταν η τρέχουσα γραμματοσειρά δεν είναι διαθέσιμη) και των υπηρεσιών γραμματοσειρών ιστού μπορεί να συμβάλει στη μείωση του κινδύνου απροσδόκητων οπτικών αποκλίσεων σε διαφορετικές συσκευές.

Ακολουθεί ένας σύνδεσμος που εξηγεί γιατί να χρησιμοποιείτε
γραμματοσειρές Google: <https://johnwolfecompton.com/10-reasons-to-use-google-fonts/>

Βασικά Στοιχεία Γραφικών Κίνησης & Ήχου

Στο σημερινό διαφημιστικό τοπίο, τα γραφικά κίνησης έχουν γίνει απαραίτητα για σκοπούς, όπως η προώθηση υπηρεσιών και προϊόντων ή η δημιουργία συναρπαστικών blockbusters και κινηματογραφικών τίτλων. Οι επαγγελματίες της διαφήμισης και οι εταιρείες αναγνωρίζουν την κρίσιμη σημασία της ενσωμάτωσης των γραφικών κίνησης στις εκστρατείες τους για να ξεχωρίζουν από τους/τις ανταγωνιστές/-στριές τους.

Παραδείγματα επιτυχημένων διαφημίσεων ψηφιακής κίνησης και μελέτες περιπτώσεων:

<https://vidico.com/news/video-marketing-case-study/>

<https://www.socialmotionfilms.com/case-studies>

Βασικά Στοιχεία Γραφικών Κίνησης & Ήχου

Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα πακέτων λογισμικού, καθένα από τα οποία προσφέρει τα μοναδικά του χαρακτηριστικά και δυνατότητες. Δεδομένου του πλήθους των διαθέσιμων επιλογών, η λήψη τεκμηριωμένης απόφασης σχετικά με το ποιο λογισμικό ταιριάζει καλύτερα στις ατομικές ανάγκες μπορεί να είναι ένα πολύπλοκο και εξουθενωτικό έργο.

Ακόμη, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε ότι τα γραφικά κίνησης, παρά το γεγονός ότι είναι εντυπωσιακά, αποτελούν μόνο μια πτυχή της συνολικής διαδικασίας παραγωγής βίντεο. Εκτός από τα γραφικά κίνησης, οι γραφίστες/-στριες και οι δημιουργοί ψηφιακού περιεχομένου πρέπει επίσης να διαχειρίζονται διάφορες τεχνικές πτυχές, όπως η επεξεργασία βίντεο, ο σχεδιασμός ήχου, οι προσαρμογές ήχου, η διόρθωση χρωμάτων και άλλες βελτιώσεις. Όλα αυτά είναι απαραίτητα για την παραγωγή ενός εκλεπτυσμένου και επαγγελματικού τελικού προϊόντος.

Εργαλεία και Λογισμικό για τον Σχεδιασμό Κινήσεων

Λογισμικά όπως το Adobe After Effects, το Adobe Premiere, το Adobe Photoshop, το Blender, το Maya, το 3D Studio Max, το Cinema 4D, το Houdini, το Da Vinci Resolve και το Motion είναι μερικά από τα πιο δημοφιλή εργαλεία δημιουργίας γραφικών κίνησης.

Ακολουθεί ένας σύνδεσμος με περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με το παραπάνω λογισμικό: <https://bottlerocketmedia.net/motion-graphics-software-tools-for-design/#~:text=Adobe%20After%20Effects%20is%20a,Illustrator%2C%20offering%20precise%20keyframe%20animation>

Ενσωμάτωση του Ήχου στις Ψηφιακές Εκστρατείες

Οι γραφίστες/-στριες και οι δημιουργοί ψηφιακού περιεχομένου συχνά επικεντρώνονται κυρίως στα οπτικά στοιχεία, όμως είναι σημαντικό να μην παραβλέπουμε τον αντίκτυπο του ήχου και της βελτίωσης του. Όταν χρησιμοποιείται αποτελεσματικά, ο ήχος έχει τη δύναμη να αυξήσει τη δέσμευση δημιουργώντας μια πιο διαδραστική και καθηλωτική εμπειρία για το κοινό.

Ενσωμάτωση του Ήχου στις Ψηφιακές Εκστρατείες

Η ενσωμάτωση ήχου στο περιεχόμενο εμπλέκει τα άτομα τόσο οπτικά όσο και ακουστικά κεντρίζοντας την προσοχή τους και παρατείνοντας την εμπλοκή τους. Για την αποτελεσματική ενσωμάτωση του ήχου σε γραφικά κίνησης, είναι σημαντικό να επιλέξετε τον κατάλληλο ήχο που να ταιριάζει με τον τόνο, το θέμα και το είδος του περιεχομένου. Η επιλογή του ήχου επηρεάζει βαθιά τον τρόπο με τον οποίο το κοινό ερμηνεύει και αντιδρά στα οπτικά στοιχεία.

Ο ήχος μπορεί να προκαλέσει συναισθηματικές αντιδράσεις και να εναρμονιστεί με τα οπτικά μέσα για να δημιουργήσει μια απρόσκοπτη και συνεπή ροή. Ο ήχος και τα οπτικά μέσα θα πρέπει να συνεργάζονται για να ενισχύσουν την αφήγηση, την παράδοση μηνυμάτων και την πρόκληση συναισθημάτων. Συνεπώς, η ευθυγράμμισή τους ως προς τον συγχρονισμό, τον ρυθμό και την ένταση είναι ζωτικής σημασίας καθιστώντας την προσεκτική επιλογή του ήχου επιτακτική ανάγκη. Αυτό το αυξημένο επίπεδο εμπλοκής μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη αναγνωρισιμότητα της μάρκας και καλύτερη διατήρηση του μηνύματος.

Ενσωμάτωση του Ήχου στις Ψηφιακές Εκστρατείες

Έρευνες έχουν δείξει ότι η ενσωμάτωση ηχητικών στοιχείων στη διαφήμιση μπορεί να βελτιώσει σημαντικά την ανάκληση της διαφήμισης σε σύγκριση με τις διαφημίσεις που βασίζονται αποκλειστικά σε οπτικά στοιχεία. Ως εκ τούτου, η ενσωμάτωση του ήχου και της βελτίωσης του ήχου στο ψηφιακό περιεχόμενο και τον γραφικό σχεδιασμό μπορεί να έχει ουσιαστικό αντίκτυπο στη δέσμευση του κοινού και τη διατήρηση του μηνύματος

Παραδείγματα και μελέτες περιπτώσεων αποτελεσματικού ηχητικού σχεδιασμού σε διαφημίσεις και ψηφιακά περιβάλλοντα εργασίας:

<https://fastercapital.com/topics/successful-audio-branding-campaigns-from-top-brands.html>

<https://www.wearepowerhousestudios.com/the-power-of-sound-design-in-tv-ads/>

<https://educationalvoice.co.uk/sound-design-in-commercial-animation/>

<https://sonicminds.dk/the-role-of-sound-design-in-crafting-memorable-products/>



