

БИБЛИОТЕКА
СОРМОВО

Муниципальное казенное учреждение культуры
"Централизованная библиотечная система"
Сормовского района г. Нижнего Новгорода
www.sormlib.nnov.ru
Отдел методической работы и маркетинга



СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА В ОНЛАЙН-РЕДАКТОРЕ "SUPA"

консультационно-практическое занятие

Новикова Ирина Владимировна,
гл. библиотекарь отдела методической
работы и маркетинга ЦРБ им. 1 Мая

План занятия

1. Теоретический блок

- Базовые правила дизайна и вредные советы дизайнеру:
типографика, колористика, композиция
- Да и нет в дизайне
- Проверь себя

2. Практический блок

- Создание креатива в онлайн-редакторе "SUPA"

**БАЗОВЫЕ ПРАВИЛА ДИЗАЙНА И
ВРЕДНЫЕ СОВЕТЫ ДИЗАЙНЕРУ.
ТИПОГРАФИКА**

Не ограничивайте себя!

Не можете выбрать шрифт?
Берите все сразу! И цветов побольше
- так точно заметят.

идеальный
КОВЁР

150x200 см
100% натуральный



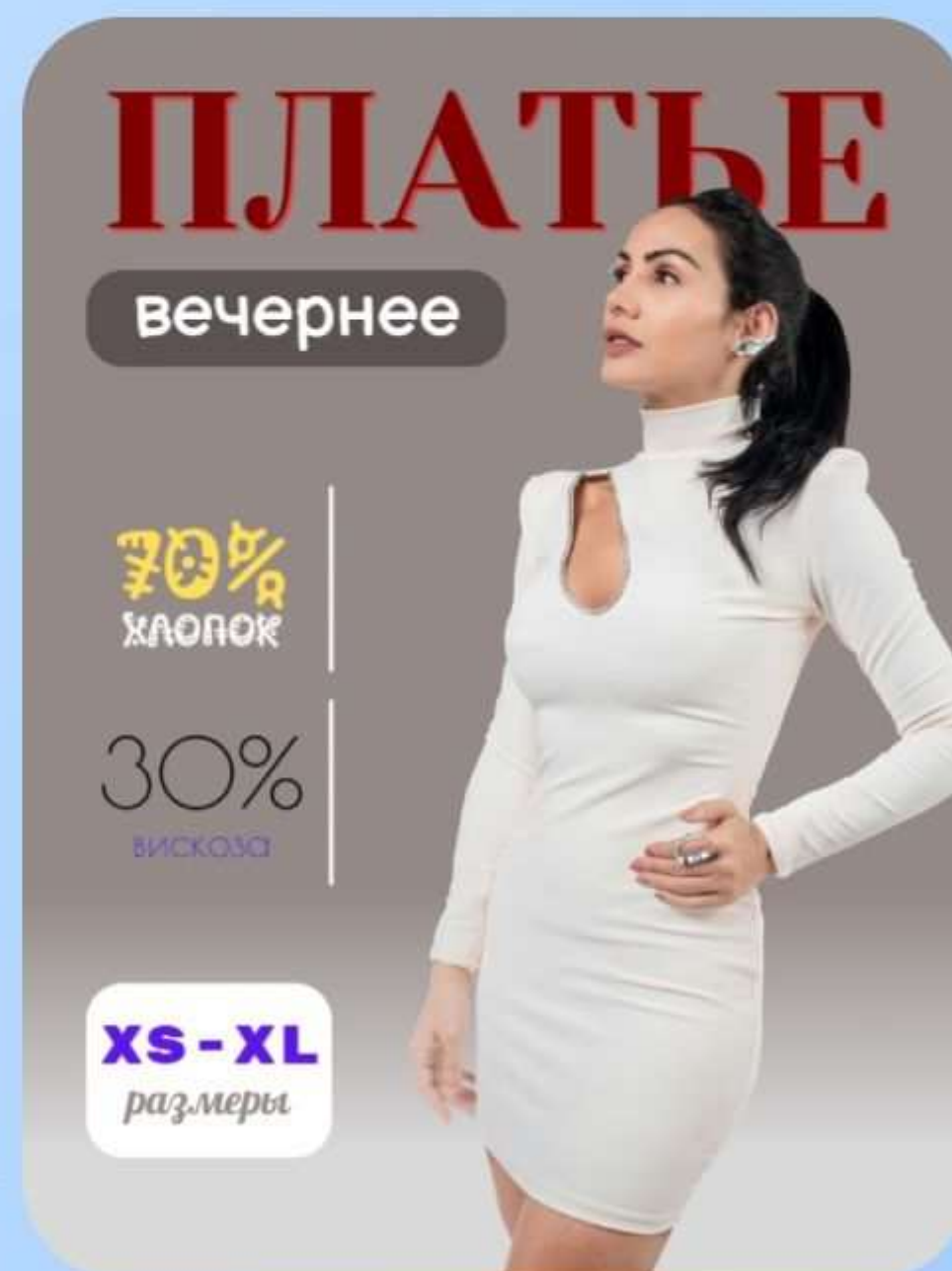
Каждому покупателю при покупке ковра - подарок!

ПЛАТЬЕ
вечернее

70%
ХЛОПОК

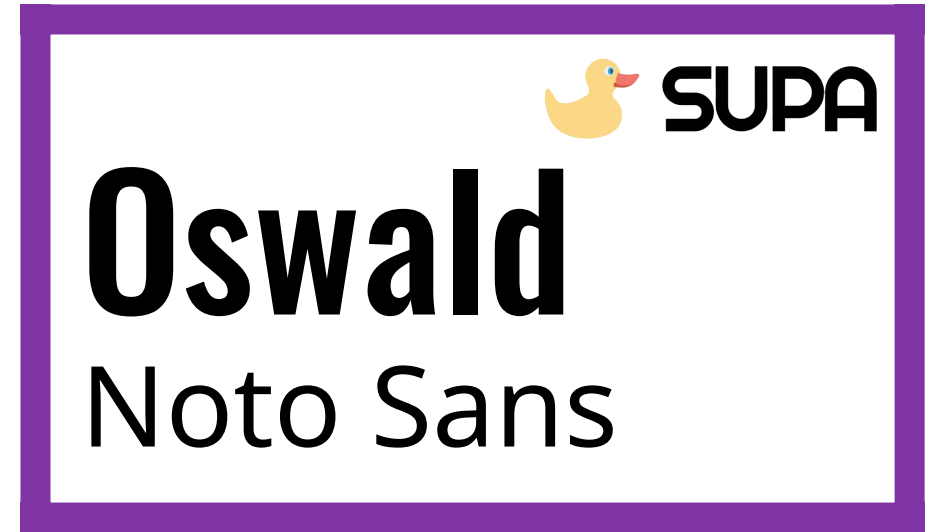
30%
ВИСКОЗА

XS - XL
размеры



**ВРЕДНЫЙ СОВЕТ
№1**

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ МКУК ЦБС СОРМОВСКОГО РАЙОНА. ТИПОГРАФИКА



Основной шрифт бренда, используемый для набора любых заголовков, — **Pobeda** (начертание Bold).

Для набора основного текста рекомендуется применять шрифт — **Gilroy** (начертание Light). А для слоганов, выделения важного и т. п. — начертание ExtraBold.

ТИПОГРАФИКА

Основной шрифт

POBEDA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

0123456789

!>#%&'()*+,-./:;<=>?@[\\]^_

Основной шрифт бренда, используемый для набора любых заголовков, — **Pobeda** (начертание Bold).

Для набора основного текста рекомендуется применять шрифт — **Gilroy** (начертание Light). А для слоганов, выделения важного и т. п. — начертание ExtraBold.

Руководство по фирменному стилю

■ Gilroy Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

0123456789

!>#%&:'()*+,-./:;<=>?@[\\]^_

■ Gilroy ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

0123456789

!>#%&:'()*+,-./:;<=>?@[\\]^_

ВРЕДНЫЙ СОВЕТ №2

Пишите развернуто

Чтобы зритель не тратил время на расшифровку ваших визуальных сигналов, просто опишите всё текстом. Чем больше текста - тем лучше.

Малый бизнес - это сектор экономики, который предоставляет огромные возможности для предпринимателей

вашего бизнеса, это иметь четкий план действий, определенные цели и стратегию развития. Необходимо также уметь адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям и быть готовым к трудностям на пути к успеху. Важно помнить, что успех приходит к тем, кто не боится рисковать и стремится к постоянному совершенствованию.

@yourprofilename

опрос

@нашпрофиль

Что для Вас является важным в выборе уходовой косметики? ★

Натуральные ингредиенты

Эффективность продукта

Удобство использования

Гипоаллергенность ★

Результат после 1-го применения

Текст

- ✓ Использовано не более 2 шрифтов.
3 - максимум
- ✓ Текст хорошо виден, понятен и легко читается
- ✓ В тексте нет грамматических и пунктуационных ошибок
- ✓ Текст занимает не более 30% от площади креатива
- ✓ Объем, формат и содержание текста соответствует требованиям площадки (для рекламных креативов)

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ ПРОВЕРКИ КРЕАТИВОВ. ТЕКСТ

**БАЗОВЫЕ ПРАВИЛА ДИЗАЙНА И
ВРЕДНЫЕ СОВЕТЫ ДИЗАЙНЕРУ.
КОЛОРИСТИКА**

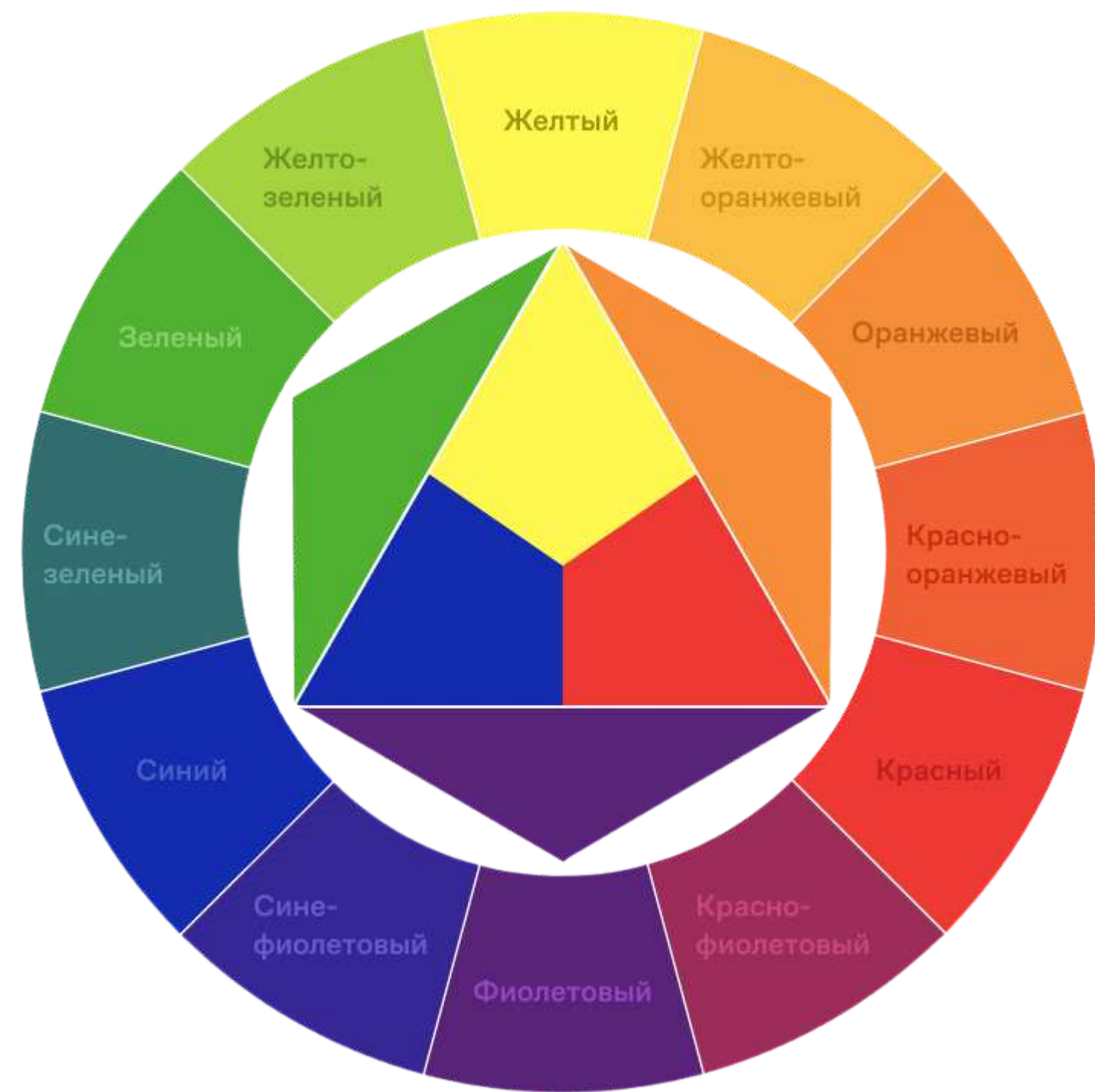
ВРЕДНЫЙ СОВЕТ №3

Классические сочетания - это скучно

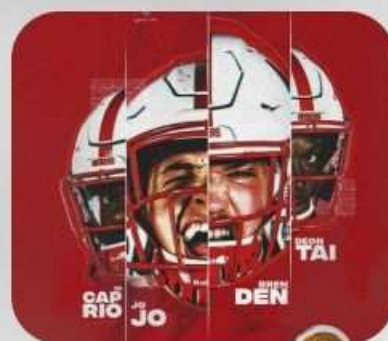
Какая разница, как сочетаются цвета между собой, если они вам просто нравятся? И берите оттенки поярче - чтобы наверняка.



<https://colorscheme.ru/>



ЦВЕТОВОЙ КРУГ ИТТЕНА



Красный

Ассоциации: страсть, энергия, динамичность, предупреждение

Применение: транспорт, молодежные товары, рестораны быстрого питания, спорт, товары для взрослых. Акцентный цвет для важной информации и кнопок

Оранжевый и желтый

Ассоциации: радость, оптимизм, позитив, дружелюбие

Применение: путешествия и туризм, детские продукты, семейные мероприятия, товары для животных





Зеленый

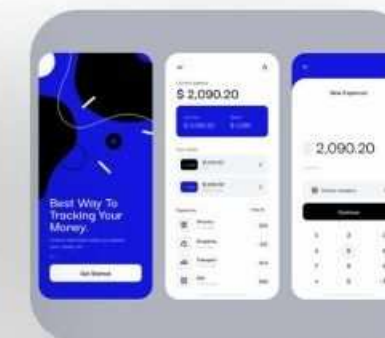
Ассоциации: природа, чистота, свежесть, покой, доверие

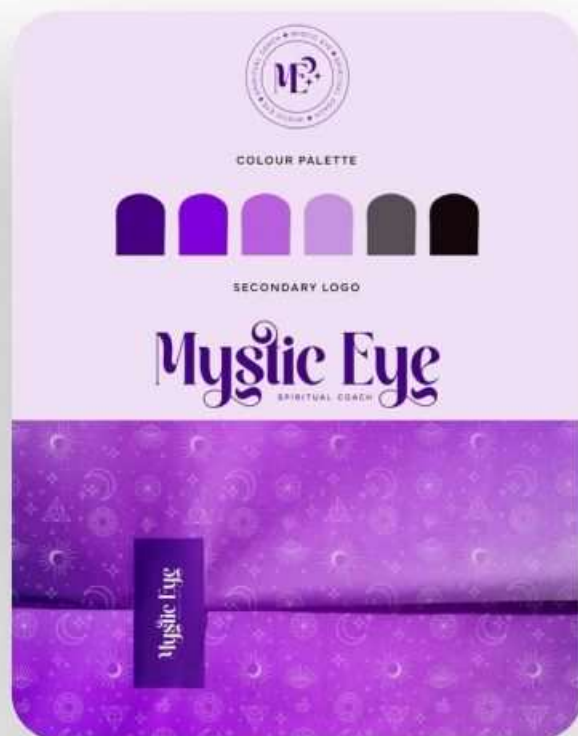
Применение: эко-товары, продукты питания, фармацевтика, йога и ретриты, психология

Синий

Ассоциации: спокойствие, надежность, доверие, свобода, гармония

Применение: финансовая сфера, страхование, IT, медицина, строительство, юридические услуги





Фиолетовый

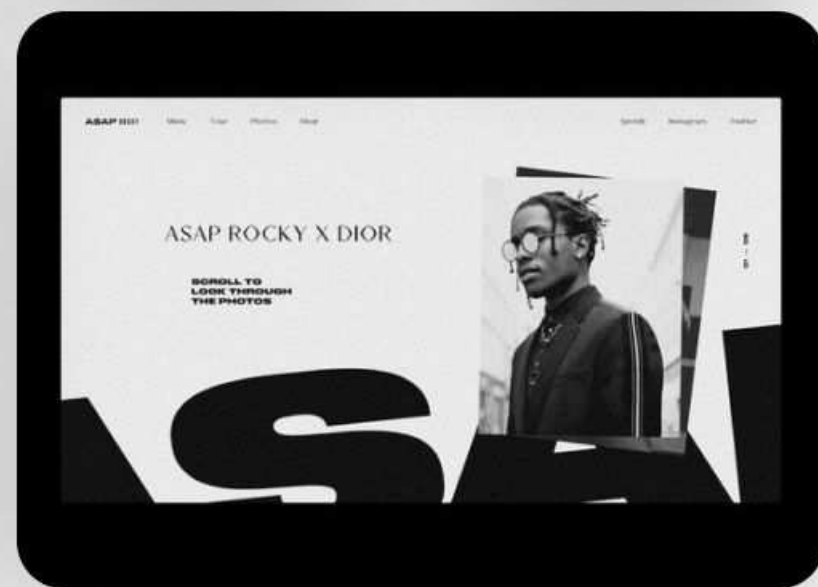
Ассоциации: таинственность, знания, креативность, вдохновение, утонченность, роскошь

Применение: дизайн, ювелирные украшения, образование, духовные практики и астрология

Белый + черный

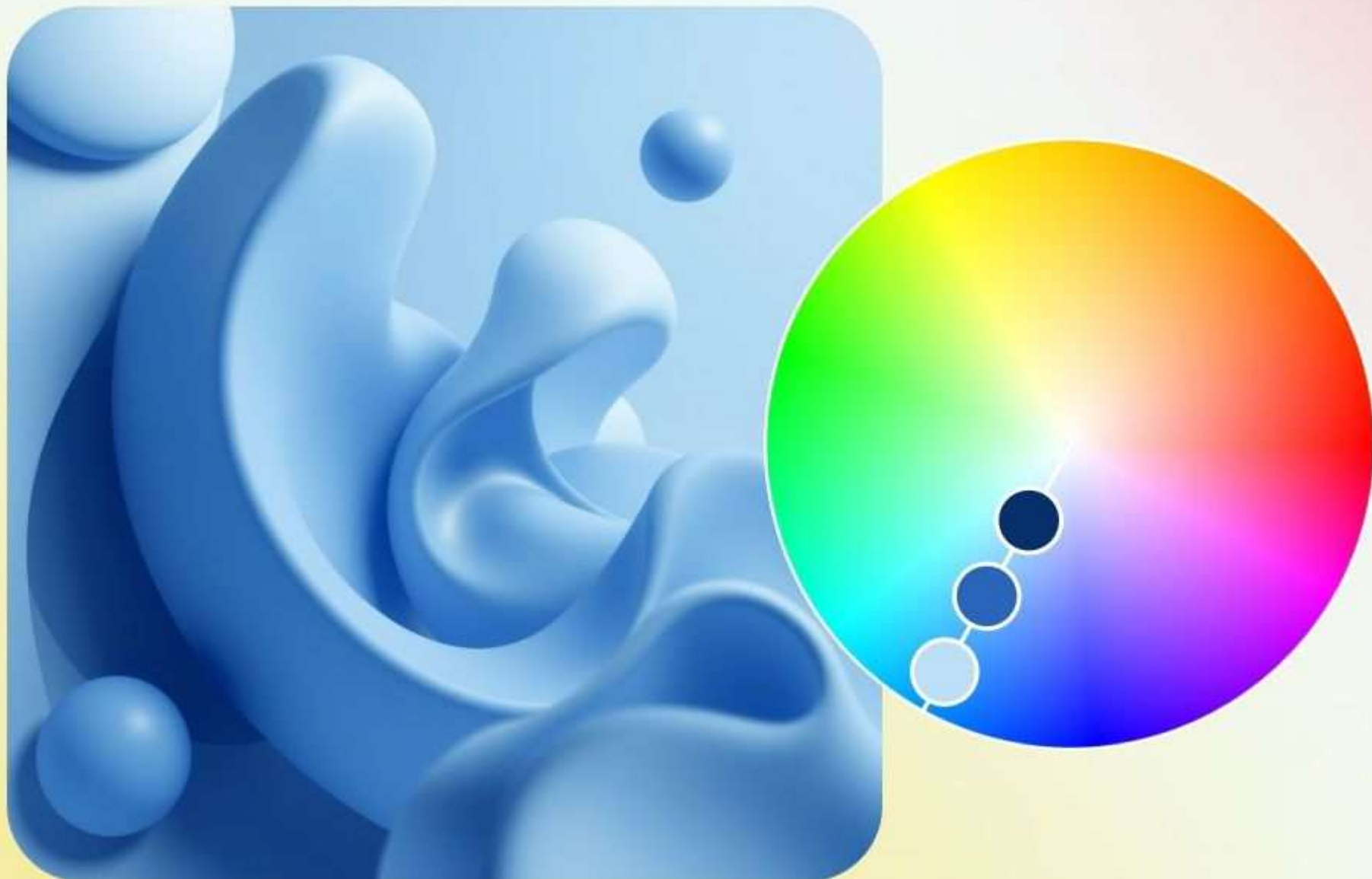
Ассоциации: чистота, простота, стиль, элегантность

Применение: креативные проекты и товары премиум-класса, чтобы подчеркнуть их элегантность и респектабельность



Монохром

Разная интенсивность одного цвета



ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ. МОНОХРОМ



ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ. КОМПЛЕМЕНТАРНАЯ

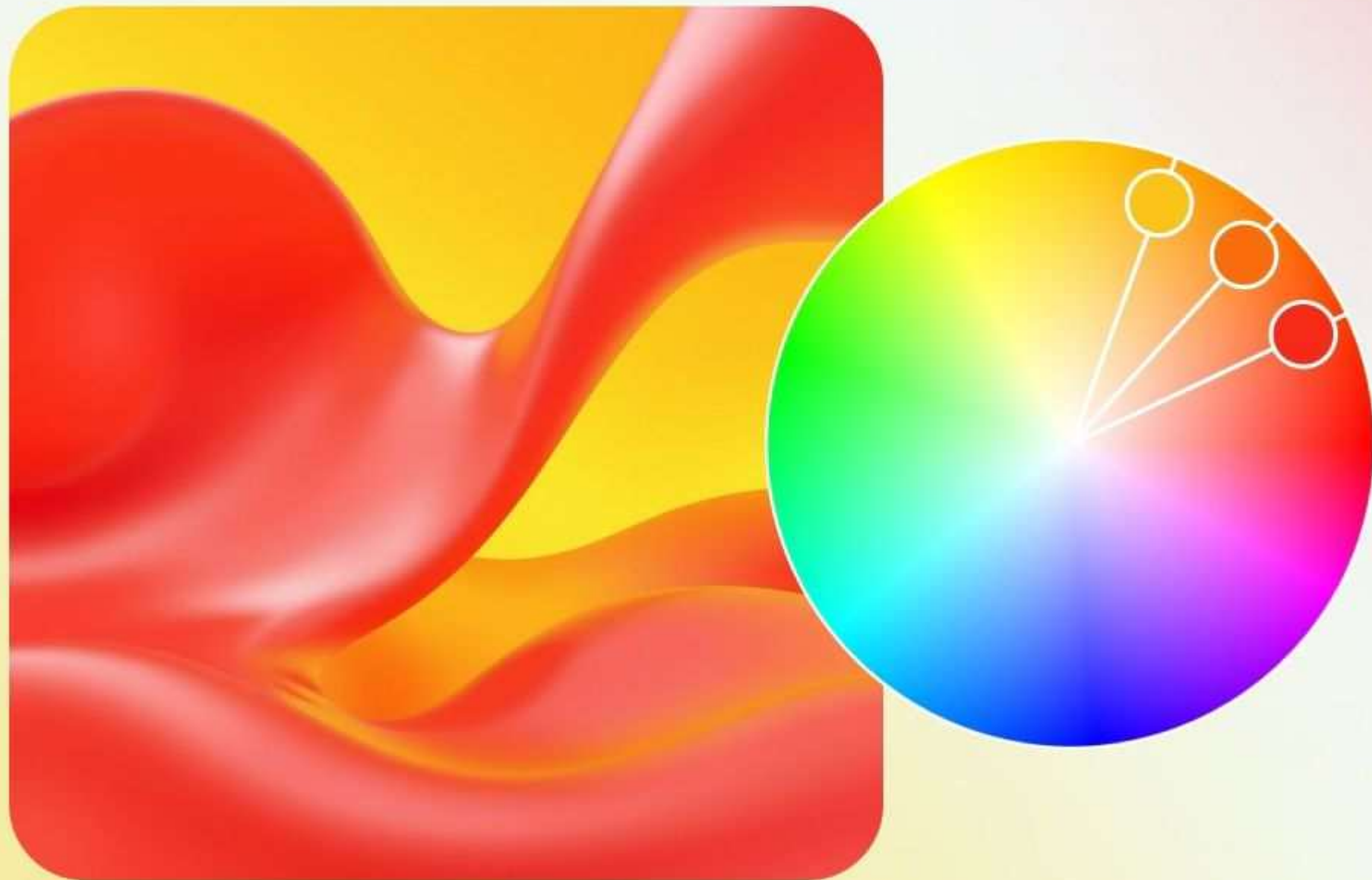
Комплементарная

Противоположные цвета
на цветовом круге



Аналоговая

Три оттенка, расположенные рядом на цветовом круге



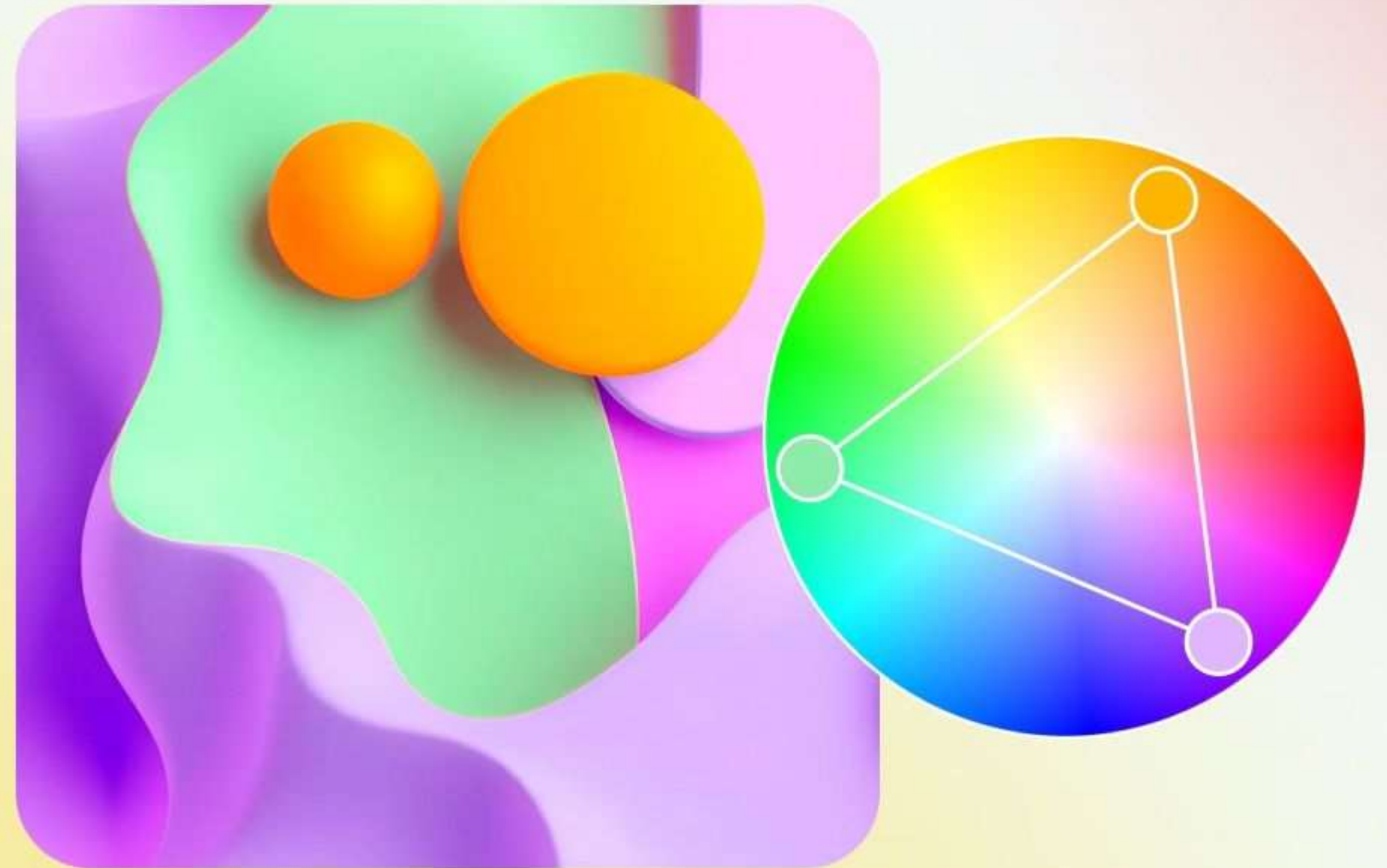
ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ. АНАЛОГОВАЯ



ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ. ТРЕУГОЛЬНАЯ

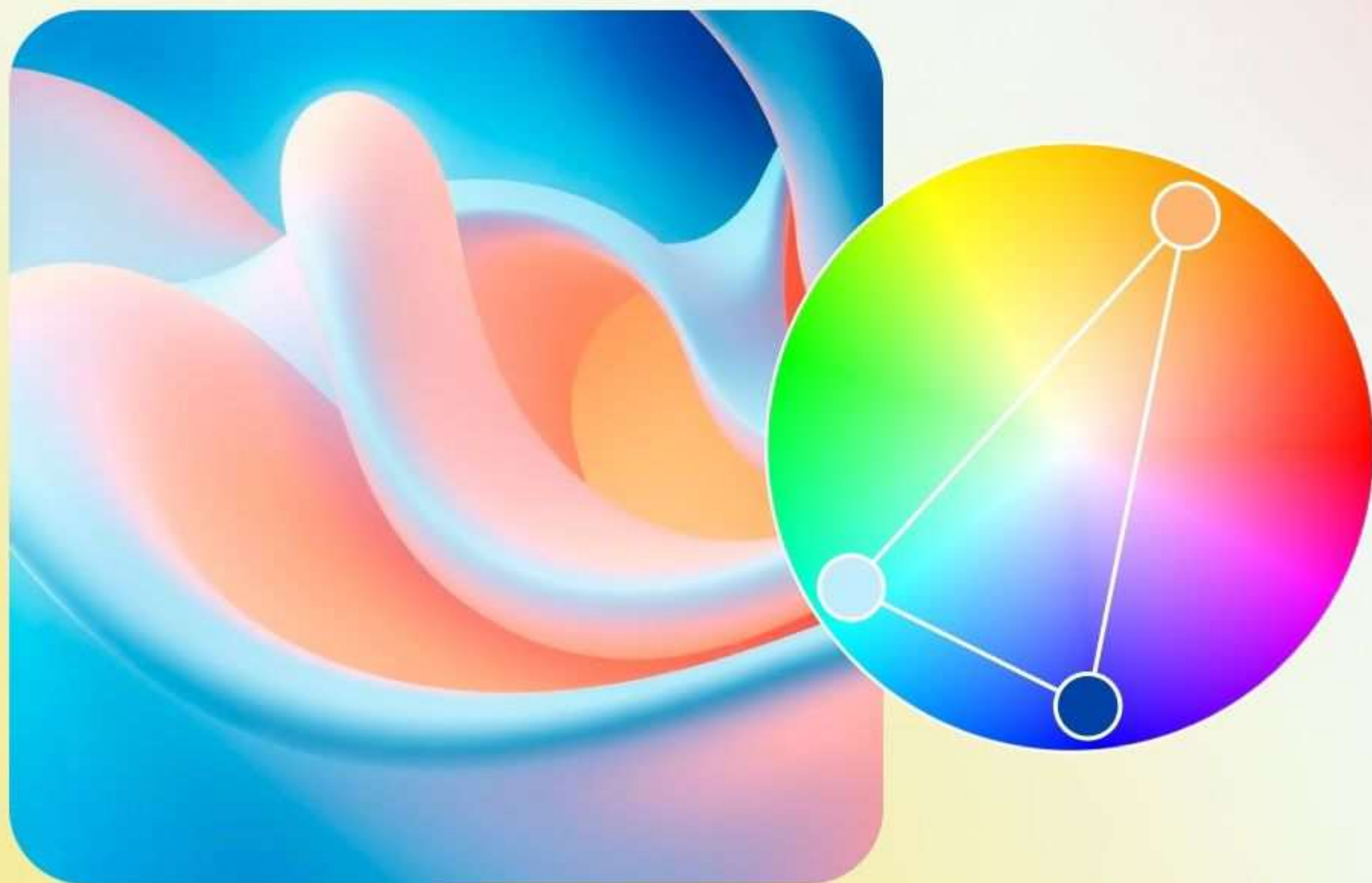
Треугольная

Цвета расположены на вершинах
равностороннего треугольника



Сплит-комплементарная

Цвета расположены на вершинах равнобедренного треугольника. Контраст будет ниже, чем в классической треугольной



**ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ.
СПЛИТ-
КОМПЛЕМЕНТАРНАЯ**

ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ. КВАДРАТНАЯ

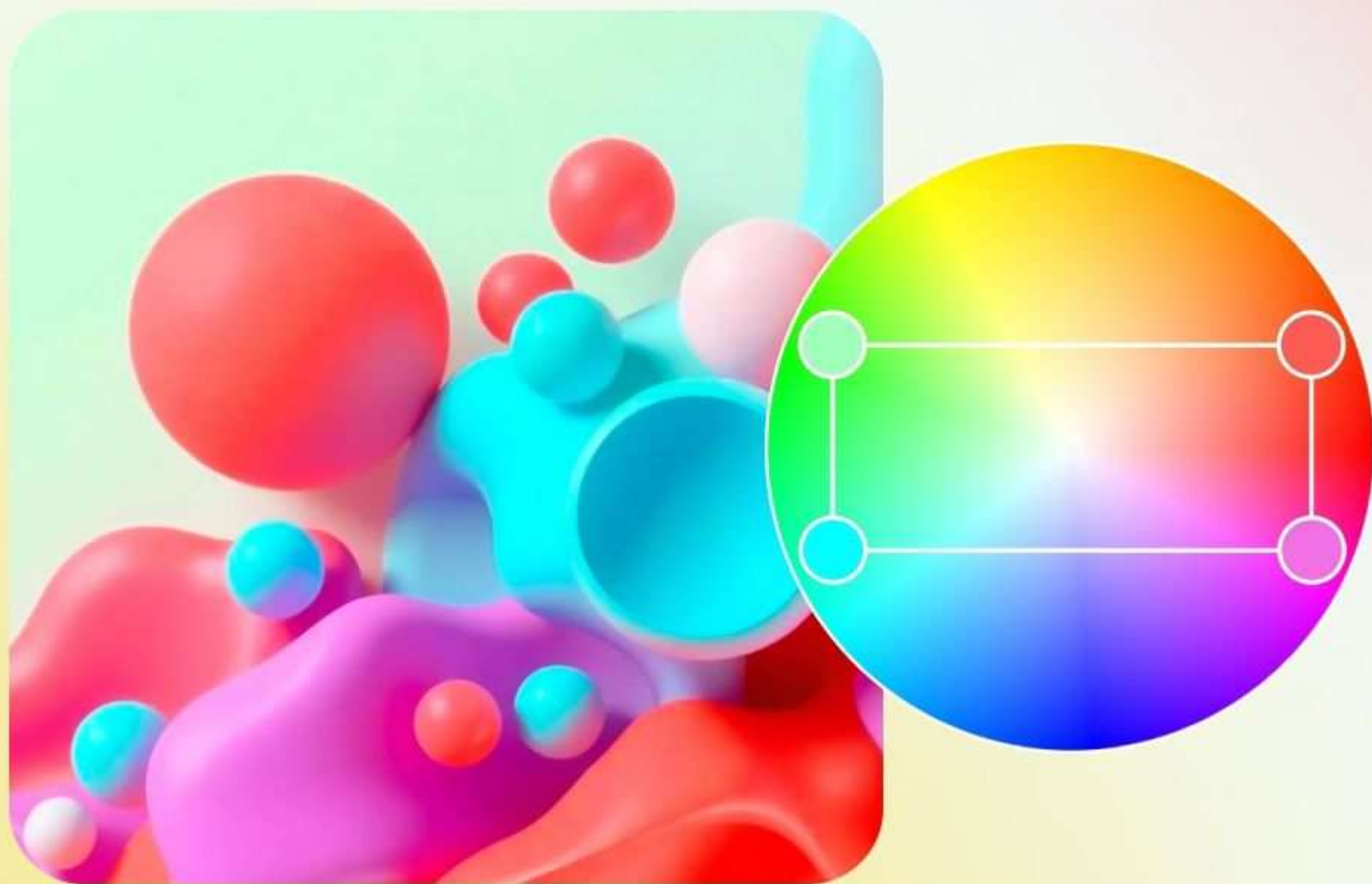
Квадратная

Цвета располагаются
в углах квадрата



Прямоугольная

Состоит из двух комплементарных пар, цвета располагаются в углах прямоугольника.



**ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ.
ПРЯМОУГОЛЬНАЯ**

ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ. КАК ВЫБРАТЬ ЦВЕТОВУЮ СХЕМУ

Базовая формула для
распределения цветов в креативе

60 - 30 - 10

60% - База - основной цвет,
который занимает большую часть
площади креатива

30% - Нюанс - дополнительный
цвет, невысокий контраст
относительно базы

10% - Акцент - цвет максимально
контрастный базе, занимает
наименьшую площадь

<https://colorscheme.ru/>



ЦВЕТОВОЙ КРУГ ИТТЕНА

Цвет

- ✓ Использовано не более 3 цветов
- ✓ Соблюдается правило 60-30-10: 60% основной цвет, 30% дополнительный, 10% акцент
- ✓ Цвета гармонично сочетаются между собой
- ✓ Элементы хорошо различимы на фоне и текст не сливается с подложкой
- ✓ Цветовая гамма отвечает тематике креатива

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ ПРОВЕРКИ КРЕАТИВОВ. ЦВЕТ

**БАЗОВЫЕ ПРАВИЛА ДИЗАЙНА И
ВРЕДНЫЕ СОВЕТЫ ДИЗАЙНЕРУ.
КОМПОЗИЦИЯ**

ВРЕДНЫЙ СОВЕТ №4

Не оставляйте пустое пространство

А вдруг что-то не поместится?!
Используйте свободное пространство
креатива по максимуму, заполняйте
каждый сантиметр.

бесплатный
вебинар

10 марта
16:00 мск



Александр
Иванов

SMM
специалист

Вирусный SMM
привлекаем и
удерживаем клиентов

онлайн
митап

18 ДЕК

DESIGN DESIGN D
дизайнер
интерфейсов

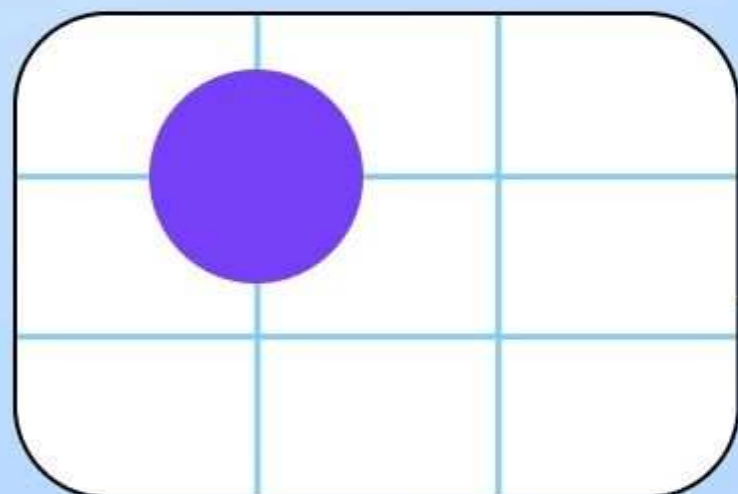
DESIGN @ GRADE

лучшие представители индустрии
расскажут о дизайне то, что сложно
представить

Следуйте правилам

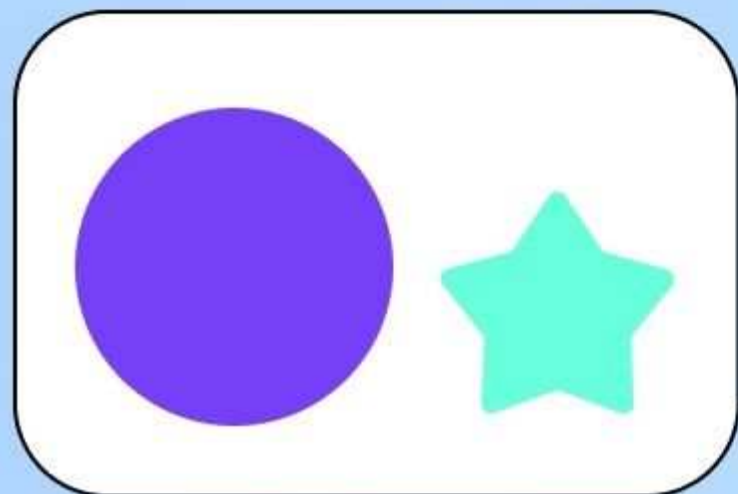
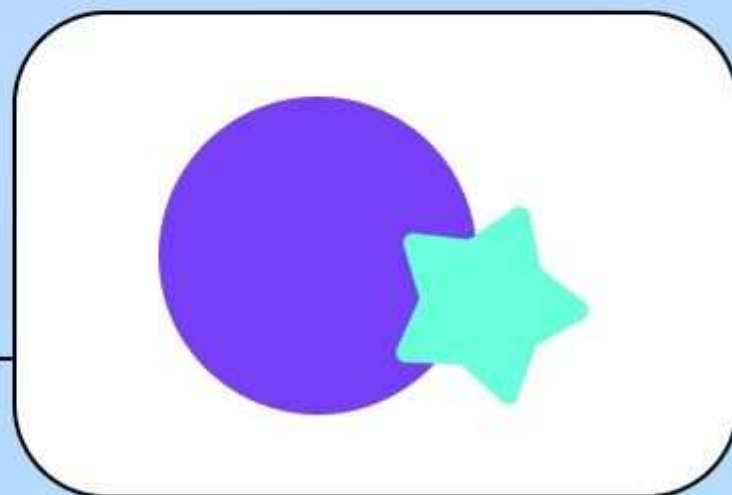
Правила дизайна существуют, чтобы их...
применять.

До творческих экспериментов вы еще
обязательно дойдете, а пока повторяйте базу.



Композиция
по принципу третей

Контраст
по цвету и размеру



Наличие свободного
пространства

ПРАВИЛА КОМПОЗИЦИИ

ПРАВИЛА КОМПОЗИЦИИ

Начинайте с главного

Определитесь, что в вашем креативе самое главное. Например, заголовок, изображение и призыв к действию.

Оформите сначала эти элементы, убедитесь, что он понятны и хорошо видны.

А уже потом приступайте к декоративным украшениям (или нет).



Композиция

- ✓ Креатив не перегружен элементами
- ✓ Между элементами есть свободное пространство
- ✓ Сохранены отступы от края (поля)
- ✓ Элементы выровнены относительно холста и друг друга
- ✓ Расставлены акценты, есть иерархия от главного к второстепенному

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ ПРОВЕРКИ КРЕАТИВОВ. КОМПОЗИЦИЯ

Важно не качество, а содержание

Необязательно добиваться высокого качества изображений, пользователь и так поймет, что вы хотели сказать. Наверное.



ВРЕДНЫЙ СОВЕТ №5

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ ПРОВЕРКИ КРЕАТИВОВ. ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ

Общие принципы

- ✓ В одном креативе - одна главная мысль
- ✓ Формат соответствует задаче и месту размещения
- ✓ Изображения, видео и графические элементы высокого разрешения
- ✓ Выдержан единый стиль дизайна

ДА И НЕТ В ДИЗАЙНЕ

Количество цветов

Нет

все возможные
цвета в одном
креативе



Да

не более 3 цветов:
основной,
дополнительный
и акцентный +
вспомогательные
нейтральные оттенки

РОБОТ-ПЫЛЕСОС
Прекрасная Линия PL0001

ТОНКИЙ КОРПУС
↑ ↓
уборка под мебелью
без усилий

NANO ФИЛЬТР

2 РЕЖИМА ПОДАЧИ ВОДЫ

⚡ 2000 мАч
мощный
аккумулятор

⌚ до 120 мин
длительное

ДА И НЕТ В ДИЗАЙНЕ

ДА И НЕТ В ДИЗАЙНЕ

Сочетание цветов

Нет

цвета не подходят друг другу, создается визуальный диссонанс



ПАЛЬТО

OVERSIZE



ХОРОШИЙ
ПОШИВ



ВЕСНА
ОСЕНЬ



НА ВЫБОР 3 ЦВЕТА

РАЗМЕРЫ

44-54



Да

оттенки гармонично сочетаются между собой

Контраст

Нет

цвета слишком
однородные, либо
наоборот спорят
друг с другом



Да

цвета отличаются
по тону или
насыщенности,
при этом дополняют
друг друга, создавая
иерархию объектов



ДА И НЕТ В ДИЗАЙНЕ

ДА И НЕТ В ДИЗАЙНЕ

Психология

Нет

цвета конкурируют со смыслом и мешают правильному восприятию креатива

ПРОТЕИНОВЫЙ
БАТОНЧИК

без сахара



338
ккал

15
бел

10
жир

44
угл

20шт

МИКРОФОН СТУДИЙНЫЙ

Профессиональный звук

Встроенная звуковая карта

Система шумоподавления

ГАРАНТИЯ
2 ГОДА
ГАРАНТИЯ



Да

цвет решает конкретную задачу - привлекает внимание, задает настроение, подкрепляет ценность бренда

Соответствие

Нет

цвета не подходят
под тематику
бизнеса и задачу



Да

цветовая палитра
соответствуют
целевой аудитории
и задаче креатива



ДА И НЕТ В ДИЗАЙНЕ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

Какой из вариантов
верный?



1



2

Ответ:

1



Баланс

Чтобы внимание не было сосредоточено только в одной части креатива и он воспринимался как единое целое, объекты должны быть расположены равномерно и соответствовать друг другу по визуальному весу: размеру, объему и цвету.

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

Какой из вариантов
верный?



1



2

Ответ:

1



Контраст

Чтобы объекты были хорошо видны, следим, чтобы они не сливались с фоном и друг другом.

Располагаем светлое на темном, темное на светлом, отделяем значимые элементы за счет размера.

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

Какой из вариантов верный?



1



2

Ответ:

2



Иерархия

Управляйте вниманием пользователя, размещая элементы в креативе по степени их важности.

Распределяйте объекты от главного к второстепенным, отделяя их с помощью размера, цвета и дополнительных эффектов, например, свечения или тени.

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

Какой из вариантов верный?



1



2

Ответ:

2



Типографика

Не рекомендуется использовать больше 2-х шрифтов в одном креативе, можно даже обойтись одним - но с разными начертаниями.

Единый стиль, цветовое решение и соблюдение интервалов делают готовый текст более понятным и комфортным для восприятия.

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

**Какой из вариантов
верный?**



1



2

Ответ:

1



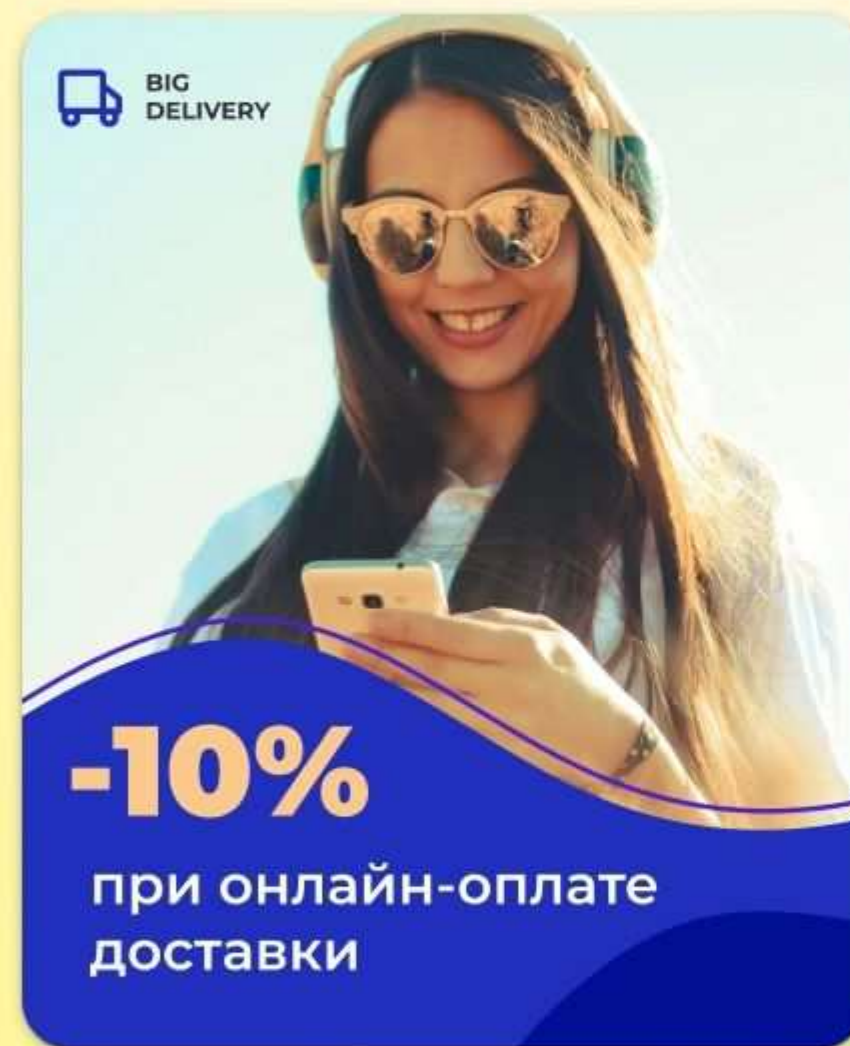
Четкий акцент


У того, кто видит ваше изображение есть всего несколько секунд, чтобы считать его содержание. Несколько однородных ярких акцентов могут сбить с толку.

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

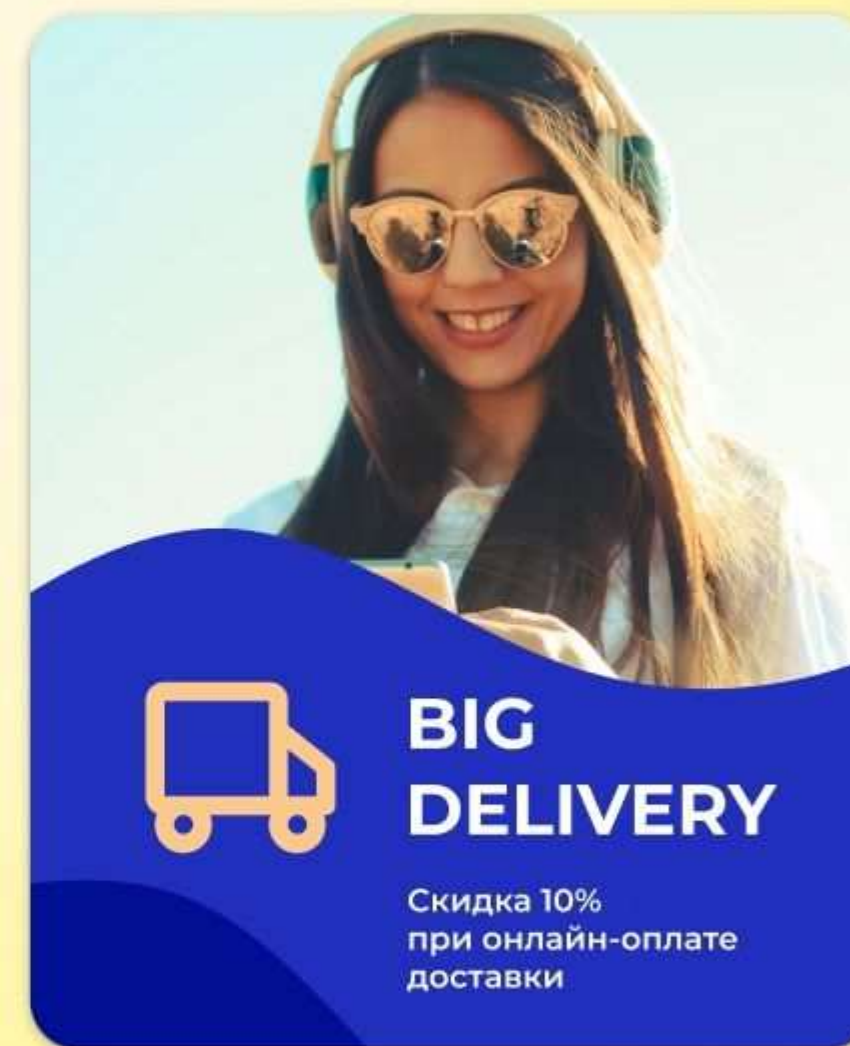
**Какой из вариантов
верный?**




 **BIG DELIVERY**

-10%
при онлайн-оплате
доставки

1



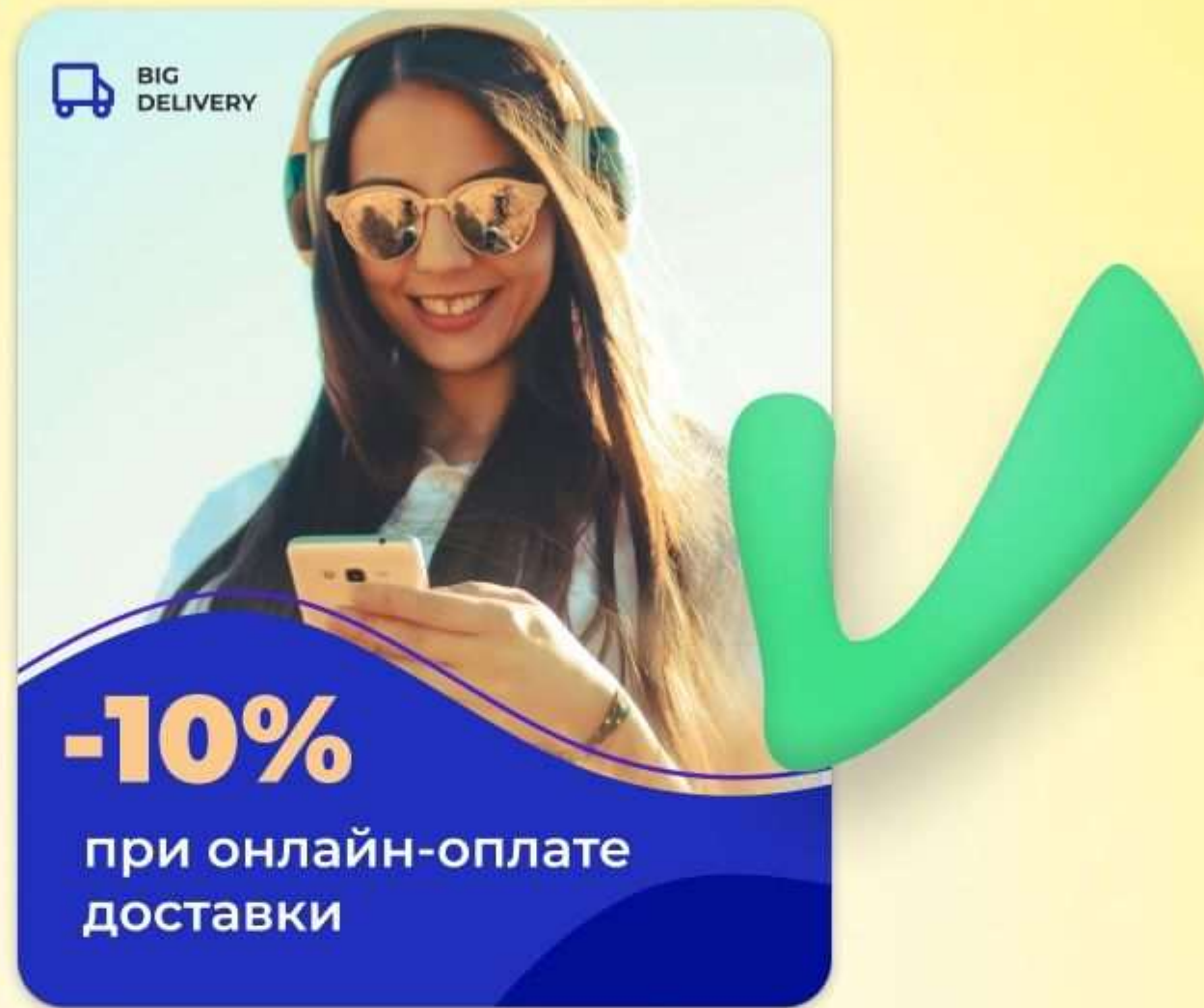
 **BIG DELIVERY**

Скидка 10%
при онлайн-оплате
доставки

2

Ответ:

1



Акцент на главном оффере

Акцент должен стоять на самом важном - предложение, акция, продукт. Второстепенные элементы, оттягивающие на себя внимание, мешают зрителю понять, о чем вы хотите ему рассказать.

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

Какой из вариантов верный?

Доставка цветов

Букеты, корзины и уникальные
композиции в день заказа



Телефон, WhatsApp +7 000 000 00 00

1

ДОСТАВКА ЦВЕТОВ В ДЕНЬ ЗАКАЗА

Букеты • Корзины • Композиции

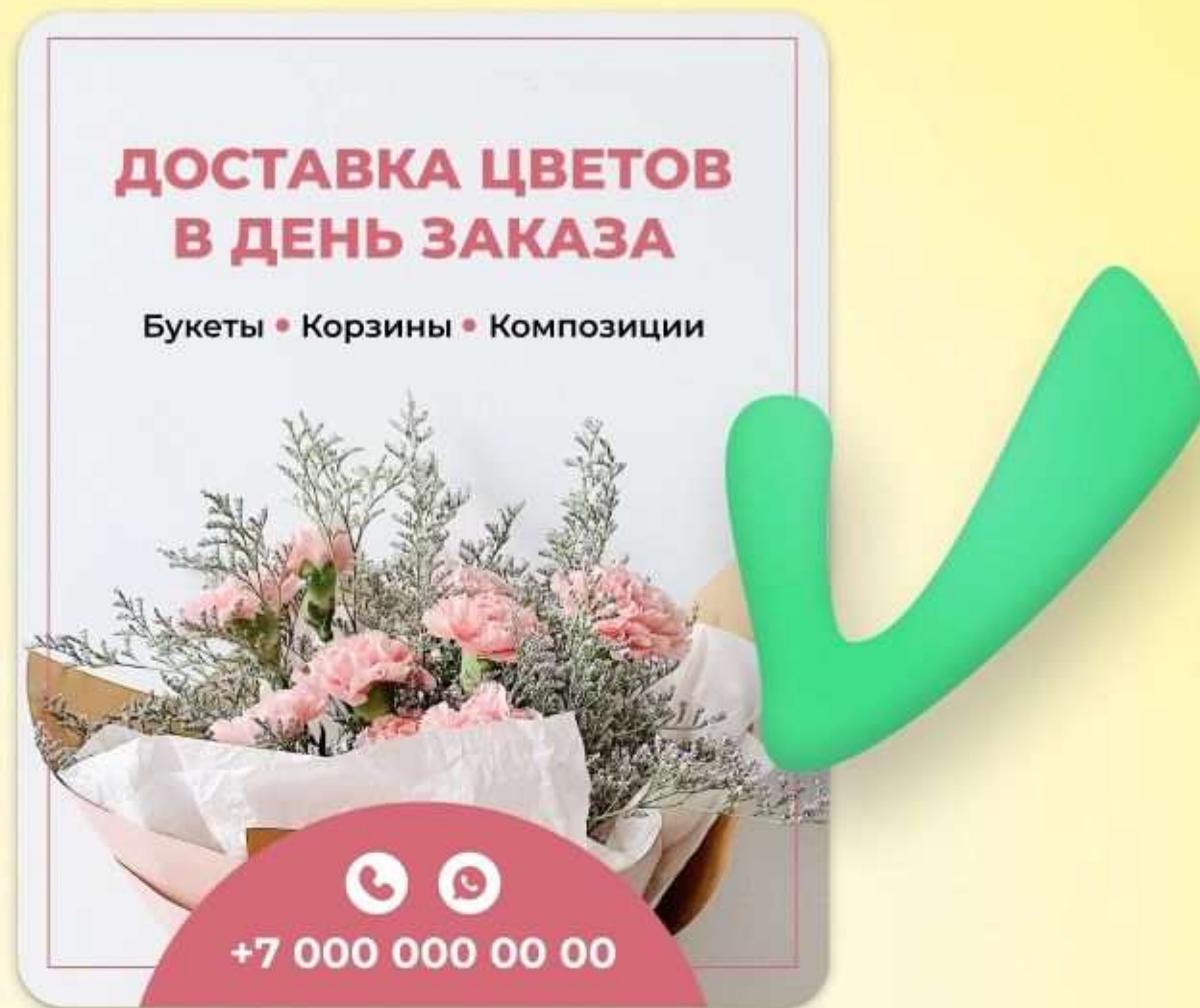


 
+7 000 000 00 00

2

Ответ:

2



Выраженность акцентов

Без них изображение будет смотреться скучно, монотонно и не сможет зацепить взгляд. Ярко выраженные акценты всегда делают изображения привлекательнее.

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

фон



фон



2

Правильный вариант

Фон в дизайне должен соответствовать теме креатива, его содержанию и предпочтениям ЦА, на которую этот креатив рассчитан.

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

шрифт



2

1



шрифт



1

Правильный вариант

Стиль шрифта визуально поддерживает общий стиль и тему креатива.

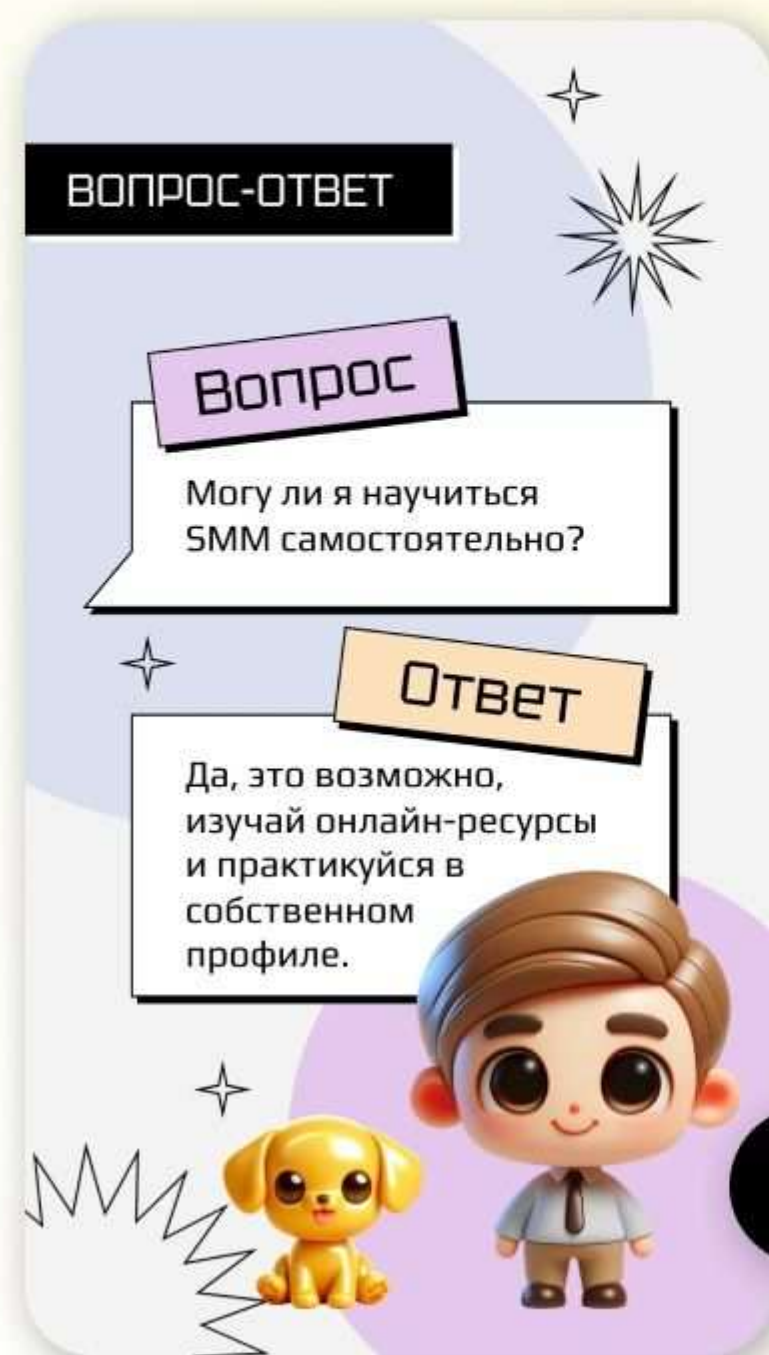
Лайфхак: попробуйте оставить шрифт, а текст заменить на случайный набор букв - если общая концепция не пострадала и тема визуально понятна, значит шрифт выбран правильно.

@supavideo

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

иллюстрации



иллюстрации



1

Правильный вариант

Задача иллюстраций - дополнить дизайн и сделать креатив более интересным, но не отвлекать от содержания и главного оффера.

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ПРОВЕРЬ СЕБЯ

ЦВЕТ



цвет



2

Правильный вариант

Цветовая палитра напрямую влияет на восприятие и эмоции.

Правильно подобранные цвета формируют общее впечатление и позволяют быстрее “считать” бренд.



ПРОВЕРЬ СЕБЯ

**ЧТО НЕ ТАК
С КРЕАТИВОМ?**

Вот креатив. Вроде все элементы на месте, содержание понятно, но опытный дизайнерский глаз замечает - что-то тут не так 🤔

Попробуем разобраться



Ошибка 1

Размеры шрифтов



Нарушена иерархия размеров, из-за чего текст сливается и заголовков сложно отличить от описания.

Ошибка 2

Цвет фона



Цветная подложка сливается с деталями кроссовок, поэтому форма и вид товара плохо считываются.

Ошибка 3

Цвет текста



Неподходящий цвет текста
на плашке делает его нечитаемым.

Ошибка 4

Качество фотографии



Изображение плохого качества - неприятно для глаза и не вызывает доверия к товару.

@supavideo

Ошибка 5

Композиция



Лишний объект - не несет в себе смысла и отвлекает внимание от товара.

Мы исправили ошибки и вот,
что у нас получилось.

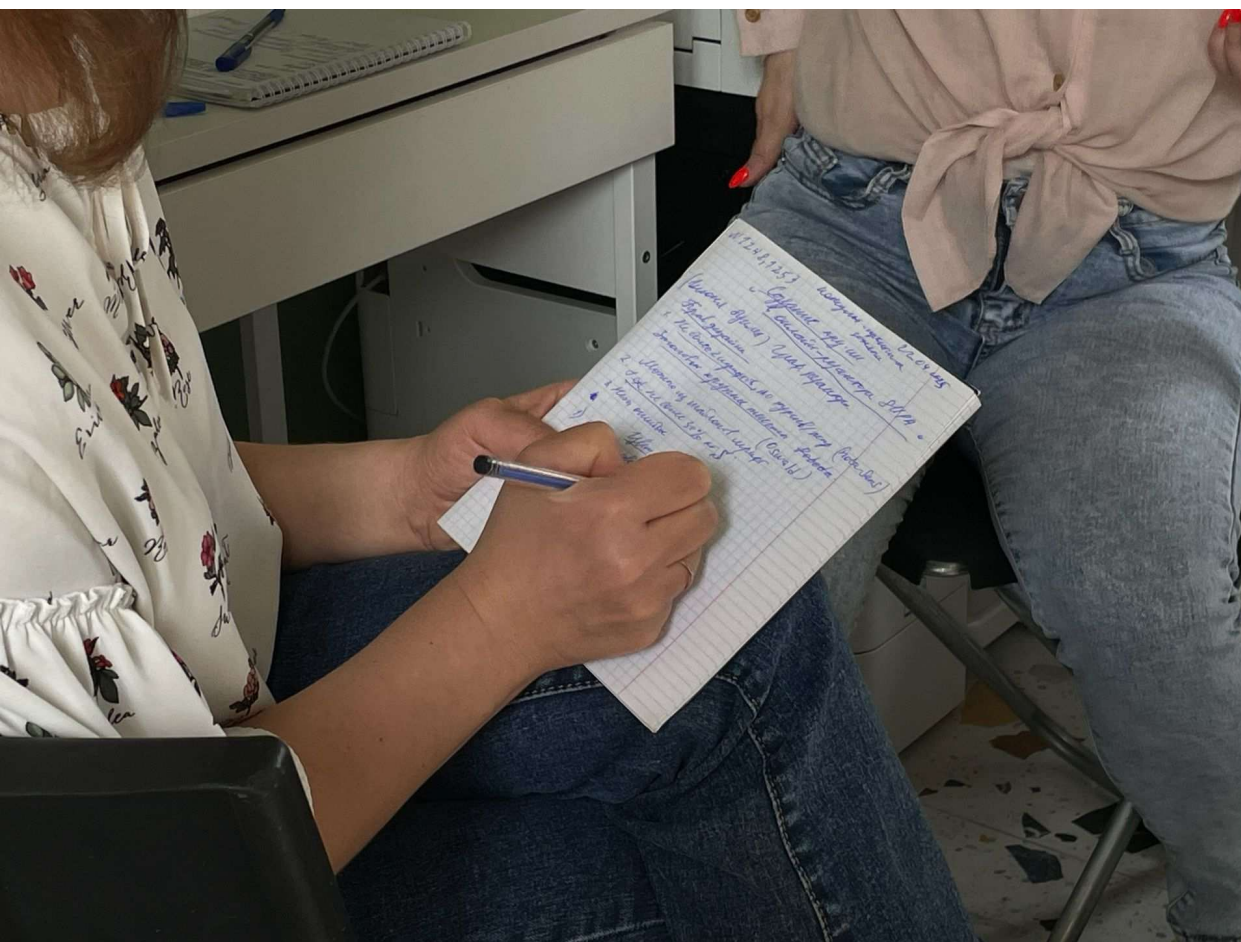
Заметна разница? 😏





СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА В ОНЛАЙН-РЕДАКТОРЕ "SUPA"

консультационно-практическое занятие



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

Основные принципы создания гармоничной композиции в дизайне // Designnonstop [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.designnonstop.com/webdesign/article/osnovnyye-principy-sozdaniya-garmonichnoj-kompozicii-v-dizajne.htm> (дата обращения 15.03.2025)

Пахомова, А.В. Колористика. Цветовая композиция. Практикум / А.В. Пахомова, Н.В. Брызгов. – Москва: Изд-во В. Шевчук, 2011. – 234 с.

Писаренко, Т.А. Основы дизайна / Т.А. Писаренко, Н.Н. Ставнистый. – Владивосток: Дальневосточный гос. университет, 2005. – 113 с.

Сайкин, Е.А. Основы дизайна: учебное пособие / Е.А. Сайкин. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2018. - 58 с.

Стоун, Т.Л. Дизайн цвета. Практикум. Практическое руководство по применению цвета в графическом дизайне / Т.Л. Стоун, С. Адамс, Н. Мориока. – Москва: РИП-Холдинг, 2006. – 240 с.

Тоотс, В. Современный шрифт / В. Тоотс. – М.: Книга, 1966. – 274 с.

Чихольд, Я. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера / Я. Чихольд. – 2-е изд. – Москва: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2012. – 248 с.