

## **Консультационно-практическое занятие «Создание контента в онлайн-редакторе «SUPA»**

### ***1. Вводная часть. Приветствие, знакомство с темой и структурой занятия***

#### *1 слайд*

Добрый день, коллеги. Сегодня мы погрузимся в мир дизайна, не только изучив его базовые принципы, которые лежат в основе любого визуального решения, но и познакомившись с удобным инструментом для создания современной графики: постов для соцсетей, афиш, баннеров, флаеров, плакатов, презентаций, небольших видеороликов. И я говорю про онлайн-сервис для дизайна от российских разработчиков «SUPA», который не требует от пользователя особых навыков и лишних финансовых затрат. Думаю, кому-то из вас этот сервис знаком. Скажите, пожалуйста, кто уже работает в «SUPA»?

Независимо от того, работали ли вы в этом конструкторе ранее или пока нет, этот урок будет полезен всем и, надеюсь, облегчит вашу работу при создании различных макетов.

#### *2 слайд*

Занятие будет состоять из теоретического блока, где мы познакомимся с базовыми правилами дизайна: поговорим о шрифтах, цвете, композиции и многом другом. В этом блоке я также дам вам несколько вредных советов, которые помогут в понимании материала. И здесь же мы потренируемся отличать удачный креатив от провального.

А во втором блоке — практическом — мы поработаем за компьютерами и попробуем создать афиши ваших мероприятий в конструкторе «SUPA».

### ***2. Теоретическая часть. Изучение базовых принципов дизайна, анализ «вредных» советов, тренировочные задания***

#### *3 слайд*

Итак, базовые правила дизайна и «вредные» советы дизайнеру. Вначале мы поговорим про типографику — искусство оформления текста.

#### *4 слайд*

И первый вредный совет звучит так: «Не ограничивайте себя! Не можете выбрать шрифт? Берите все сразу! И цветов побольше — так точно заметят».

На данных макетах мы видим множество шрифтов, никак между собой не сочетающихся, все шрифты разного цвета. Правило по поводу шрифтов

следующее: должно быть использовано не более двух, можно один, но, главное, чтобы заголовок был более крупным и жирным шрифтом выделен, так как сначала глаз должен выцепить самое главное. Три шрифта — это максимум.

#### *5 слайд*

Основной шрифт бренда централизованной библиотечной системы Сормовского района, используемый для набора любых заголовков, — Robeda (начертание Bold). Для набора основного текста рекомендуется применять шрифт — Gilroy (начертание Light). А для слоганов, выделения важного и т. п. — начертание ExtraBold.

Допустимо использовать похожие шрифты, которые по умолчанию есть в бесплатной версии конструктора «SUPA»: для заголовков — Oswald (в моей презентации все заголовки набраны эти шрифтом) и для набора основного текста — Noto Sans, который хорошо сочетается с Oswald (его вы тоже видите на слайде).

Кроме того, когда вам хочется передать особое настроение через макет (к примеру, если у вас детское мероприятие или какой-то атмосферный мастер-класс), можно воспользоваться другими шрифтами, которые подходят по стилю к вашему креативу. В такой ситуации начинающим дизайнерам проще всего, конечно, пользоваться шрифтами в шаблонах: там они профессионально подобраны и прекрасно сочетаются между собой.

Таким образом, шрифт должен отвечать настроению и функционалу предмета описания.

#### *6 слайд*

Переходим ко второму вредному совету: «Пишите развернуто. Чтобы зритель не тратил время на расшифровку ваших визуальных сигналов, просто опишите всё текстом. Чем больше текста, тем лучше».

На слайде мы видим макеты, которые состоят только из текста, картинок и фотографий здесь нет. Уважаемые коллеги, обратите ли вы внимание на подобные афиши? Визуальная составляющая очень важна.

#### *7 слайд*

Итак, готовя, а затем проверяя свой макет, вы можете использовать следующий чек-лист (по тексту):

1) должно быть использовано не более двух шрифтов, можно один, три — это максимум. Заголовок всегда должен быть крупнее основного шрифта;

- 2) текст должен быть хорошо виден, понятен и легко читаться;
- 3) в тексте не должно быть грамматических и пунктуационных ошибок;
- 4) текст не должен занимать более 30% от площади креатива (вспоминаем 2-й вредный совет — «Чем больше текста, тем лучше». Нет, не лучше, только 30%.

#### *8 слайд*

Мы поговорили о тексте и шрифте, а сейчас речь пойдет о еще одном очень важном элементе дизайна. Как вы думаете, о каком? Верно, о цвете.

#### *9 слайд*

Третий вредный совет: «Классические сочетания — это скучно. Какая разница, как сочетаются цвета между собой, если они вам просто нравятся? И берите оттенки поярче, чтобы наверняка».

Цвет — один из ключевых элементов дизайна. Это то, что пользователь считывает в первые же секунды, глядя на объект. Колористика помогает грамотно применять этот инструмент. На самом деле колористика (то есть наука о цвете) — это очень сложная наука, люди изучают ее годами. И если у человека нет образования дизайнера, художественного образования, то гораздо проще использовать готовые шаблоны. Но всё же мы постараемся с вами немного разобраться в этом.

#### *10 слайд*

Существует цветовой круг Иттена. Это круговая диаграмма, на которой поэтапно расположены основные (или первичные), вторичные и третичные цвета. Основные цвета — в центре (желтый, синий, красный), их невозможно создать путем комбинации каких-либо цветов. Далее идут вторичные цвета, их создают путем сочетания основных цветов, вторичных тоже 3 цвета: оранжевый, фиолетовый и зеленый. Создаются они так:

- Зеленый = желтый + синий
- Фиолетовый = синий + красный
- Оранжевый = красный + желтый

Третичные цвета создают путем сочетания первичного цвета со вторичным, который находится рядом с ним на цветовом круге. Этому требованию соответствуют 6 третичных цветов.

Цветовой круг помогает выбирать цветовые схемы, помогает визуализировать отношения между цветами и показывает их гармоничные сочетания. Разные цвета несут разное настроение, и это тоже нужно учитывать.

Поэтому ни в коем случае нельзя применять, к примеру, розовый фон для макета социальной рекламы, предостерегающей о мошенниках. Здесь уместнее выбрать какие-то красные предупреждающие оттенки, не всего фона, скажем, а текста: «Осторожно, мошенники!». А вот розовый фон можно использовать в афише о мастер-классе по изготовлению открытки для мамы, например. Давайте посмотрим на психологию цвета.

*Слайды 11-13 (зачитываю со слайдов цветовой ассоциации)*

Стараемся применять эти знания на практике. А сейчас посмотрим более подробно на цветовые схемы.

*14 слайд*

Монохром. В ней всего один цвет с различными оттенками. Нет цветового контраста, выглядит очень аккуратно.

*15 слайд*

Комплементарная цветовая схема. В ней использованы два цвета, расположенные друг напротив друга на цветовом круге. Они обеспечивают максимальный цветовой контраст. Лучше взять один цвет, а второй использовать в качестве акцента.

*16 слайд*

Аналоговая. Создается с помощью сочетания одного основного цвета с двумя цветами, находящимися рядом с ним на цветовом круге. Их используют для создания мягкого дизайна.

*17 слайд*

Треугольная — высококонтрастная схема. Такие схемы создают выбором трех цветов. Они равномерно размещаются линиями вокруг цветового круга.

*18 слайд*

Можно использовать не равносторонний треугольник, а равнобедренный. Тогда цвета будут менее контрастными. И это будет сплит-комплементарная цветовая схема.

*19 слайд*

Квадратная. В ней есть 4 цвета, равноудаленные друг от друга на цветовом круге. Схема обеспечивает значимый контраст дизайну. Рекомендуются выбрать один доминирующий цвет.

*20 слайд*

Прямоугольная. Предлагает более тонкий подход к выбору цвета, чем квадрат.

### 21 слайд

Как же выбрать цветовую схему? Как вы поняли, четкого правила здесь нет. Это творчество. Можно дать лишь советы: посмотрите на цветовой круг, выберите несколько схем, действуйте методом проб и ошибок. Это поможет найти нужную цветовую схему, наиболее приятную глазу и подходящую к содержанию вашего макета. Ну а в целом начинающим дизайнерам наиболее удобно пользоваться базовой формулой 60-30-10: основной цвет для 60% дизайна, вторичный цвет для 30% и акцентный цвет для 10%.

### 22 слайд

Также есть очень удобные онлайн-сервисы для подбора цветовой схемы, например «ColorScheme». Сейчас мы перейдем по ссылке и я покажу, как пользоваться, это очень удобно и наглядно (*показываю*).

### 23 слайд

И давайте обобщим наши знания по цвету. Чек-лист:

- 1) использовано не более трех цветов;
- 2) соблюдается правило 60-30-10: 60% основной цвет, 30% дополнительный, 10% акцент;
- 3) цвета гармонично сочетаются между собой;
- 4) элементы хорошо различимы на фоне и текст не сливается с подложкой;
- 5) цветовая гамма отвечает тематике креатива.

### 24 слайд

Далее мы переходим к композиции. И я даю вам следующий вредный совет.

### 25 слайд

Вредный совет №4: «Не оставляйте пустое пространство. А вдруг что-то не поместится?! Используйте свободное пространство креатива по-максимуму, заполняйте каждый сантиметр».

И отсюда вытекает очень важное правило композиции — воздух. То есть между элементами креатива обязательно должно быть свободное пространство. Не надо стараться поместить в афишу абсолютно всё. Только самое важное. Цель афиши — заинтересовать. А если человек заинтересуется, то он обратится за подробностями.

### 26 слайд

Следующее правило — это композиция по принципу третей. Важные элементы мы располагаем на пересечениях сетки.

Третий принцип композиции — принцип иерархии. Это значит, что самые главные элементы макета должны быть контрастными по цвету и размеру. То есть должны быть самыми крупными и должны хорошо выделяться по цвету. А менее значимые элементы должны быть меньше по размеру.

*27 слайд*

Вопрос: что самое главное в афише? Заголовок и фотография (желательно, чтобы это была именно живая фотография хорошего качества, с вашего мероприятия; если мастер-класс, то именно то изделие, которое участники будут изготавливать). Именно эти элементы мы и располагаем на макете в первую очередь, по принципу третей, то есть на пересечениях сетки. А затем уже добавляем дополнительную информацию.

И еще хотелось бы сказать про такое правило, как баланс. Чтобы композиция выглядела сбалансированно, объекты в креативе следует располагать равномерно, согласно их визуальному весу, учитывая размер, цвет, форму и пространство вокруг. Не должно быть всё нагромождено в одном месте, всё должно быть сбалансированно.

*28 слайд*

Итак, что самое важное по композиции:

- 1) креатив не перегружен элементами;
- 2) между элементами есть свободное пространство;
- 3) сохранены отступы от края;
- 4) элементы выравнены относительно холста и друг друга;
- 5) расставлены акценты, есть иерархия от главного к второстепенному.

*29 слайд*

Далее я хотела бы дать последний вредный совет: «Важно не качество, а содержание. Не обязательно добиваться высокого качества изображений. Пользователь и так поймет, что вы хотели сказать. Наверное».

*30 слайд*

Общие принципы оформления макета:

- 1) в одном креативе — одна главная мысль. Помним, что не перегружаем афишу лишней информацией;
- 2) изображения, видео и графические элементы — высокого разрешения;
- 3) выдержан единый стиль дизайна.

На этом с теорией всё. Предлагаю потренироваться. Давайте поучимся отличать удачный креатив от провального и попробуем найти ошибки.

*31-36 слайды*

Для начала мы просто посмотрим на удачные и неудачные примеры. Да и нет в дизайне *(коллеги выполняют тренировочные задания по дизайну, обсуждение)*.

*37-60 слайды*

А теперь уже давайте искать ошибки. Проверь себя *(коллеги выполняют тренировочные задания по дизайну, обсуждение)*.

*61-68 слайды*

Что не так с креативом? Какие ошибки мы можем здесь найти? *(коллеги выполняют тренировочные задания по дизайну, обсуждение)*.

**3. Практическая часть. Работа за компьютерами: изучение возможностей онлайн-сервиса «SUPA», создание афиш мероприятий в конструкторе**

Коллеги, вы удачно справились с заданиями по теории дизайна. Теперь вас ждет работа в группах за компьютерами и создание собственных афиш. Давайте ближе познакомимся с онлайн-сервисом «SUPA» и зайдем в свои аккаунты *(были созданы заранее)*.

Чтобы приступить к работе, жмём на кнопку «Создать креатив». Попадаем в библиотеку шаблонов. Все они рассортированы по категориям: «Соцсети», «Видео», «Изображения», «Реклама», «Печать» и т.д. Чтобы ускорить поиск нужного шаблона, воспользуемся поисковой строкой. Щёлкаем по понравившемуся шаблону — и он откроется для редактирования.

Открывается редактор. В центре — слайд для редактирования. Вместо надписи «Креатив без названия» вверху слева указываем свое название проекта. Слева — панель инструментов для добавления объектов. Справа — список уже добавленного. Можно щёлкнуть по любому объекту в этом списке и открыть его для редактирования.

Пробежимся по инструментам слева. Кнопка «Загрузить» нужна для добавления своих изображений с ПК. Во вкладке «Шаблоны» можно поменять шаблон проекта на что-то другое из библиотеки сервиса. Вкладка «Текст» поможет добавить текстовые надписи, списки и кнопки. Совсем недавно у сервиса появилась возможность использовать функции нейросетей. Например,

если нажать на кнопку «Сгенерировать текст», можно попросить нейросеть написать небольшое сообщение по заданной теме. Чтобы задействовать искусственный интеллект, вписываем в открывшееся окошко свой запрос и нажимаем на кнопку «Сгенерировать текст». Бесплатно можно подавать по 5 запросов в час. Вкладка «Объекты» добавляет в проект разнообразную графику: линии, фигуры, иконки, рамки, градиенты, фотографии, диаграммы... Вкладка «Фото» нужна для добавления фотографий. Если нажать на надпись «Сгенерировать изображение по запросу», можно попросить нейросеть создать картинку. Бесплатно доступно по 10 таких запросов в месяц. Из раздела «Видео» в свой проект можно добавить небольшие видеоролики.

Одно из последних нововведений сервиса – подключение к работе нейросетей. Получить к ним доступ можно во вкладке «Нейросети». Один из инструментов называется «Сделать красиво» (Supra Magic). Чтобы его использовать, выбираем часть шаблона, которую надо усовершенствовать, нажимаем на соответствующую кнопку, и сервис предлагает несколько дизайнерских решений для оформления. Готовый дизайн можно отредактировать. Нейросети помогут удалить фон с изображений, улучшить качество картинок и перевести текст на другие языки. Ограничения в использовании — до 5 запросов в месяц.

Вкладка «Фон» поможет отредактировать фон картинки. Во вкладке «Анимация» собраны анимированные картинки-гифки, которые можно тоже добавить в проект. Если нажать на кнопку «Больше», можно вставить в работу что-то из графики, мокап или диаграмму.

Теперь давайте посмотрим, как редактируются различные объекты. И начнём с текста. У текстовой надписи можно поменять шрифт, размер, цвет, начертание, можно добавить к тексту поворот, тень и прозрачность. Искусственный интеллект поможет не только написать текст. Он умеет уже написанный фрагмент «Сделать поподробнее» или, наоборот, «Обобщить». А ещё он умеет переводить надпись на любой другой язык. К тексту можно прикрепить ссылку. Она может вести на внешний ресурс (Перейти по ссылке) или на другой слайд проекта (Перейти на слайд). Чтобы сохранить изменения, нажимаем «ОК».

Редактируем фигуру. Здесь можно поменять заливку, добавить границы, тень, прозрачность и ссылку. Сохраняем изменения клавишей «ОК». Похожий редактор у иконок: меняем цвет, добавляем тень, поворот и прозрачность, добавляем гиперссылку... Сохраняем, нажав на кнопку «ОК».

А это редактор для фотографий. Изображение можно обрезать, снабдить рамкой. Можно добавить к картинке цветокоррекцию и фильтры, тень и прозрачность, а также ссылку. Искусственный интеллект поможет улучшить качество картинки, убрать фон или лишний объект.

У фона настройки очень простые — его можно только сделать чуть прозрачнее.

Как удалять объекты из проекта? Можно выделить их «мышкой» и нажать на клавиатуре кнопку «Delete». Кроме того, над каждым объектом есть несколько кнопок для редактирования, в том числе для удаления и дублирования. Если нажать на кнопку «Все действия», откроется полный список возможностей. Например, можно будет выставить объект на передний или задний план, закрепить на странице (Заблокировать) или скрыть. То же контекстное меню можно вызвать, щёлкнув по объекту правой клавишей «мыши».

На панели инструментов сверху есть кнопки со стрелками, одна из которых отменяет предыдущее действие, а другая делает «шаг вперёд». Чуть правее — кнопки для копирования и вставки объектов.

Если выставить галочку напротив надписи «Анимация», то наша картинка станет анимированной. Правда, в левом нижнем углу появится логотип Supra.

Ну и наконец, чтобы добавить в проект новую страницу, нажимаем на кнопку «+Слайд».

Чтобы получить ссылку на созданную работу, нажимаем справа сверху кнопку «Поделиться». Слева откроется окно, в нем выставляем опцию «Доступ по ссылке» и копируем сгенерированную ссылку. Если проект состоит из нескольких слайдов, имеет смысл показывать его как презентацию. Для этого подключаем опцию «Режим презентации» и только после этого копируем ссылку.

Чтобы скачать проект, нажимаем справа на одноимённую клавишу. Выбираем формат: JPG, PNG, PDF, выбираем качество и нажимаем на кнопку «Сгенерировать изображение». Если в проекте 2 слайда и больше, каждый будет сгенерирован как отдельная картинка в составе zip-файла. Через несколько секунд файл будет готов для скачивания. Его можно сохранить на ПК или добавить в облачное хранилище (Google Диск, Dropbox). Все созданные работы хранятся в личном кабинете (Мои креативы). Здесь их можно удалить,

переименовать или дублировать. Для этого нажимаем на значок с шестерёнкой справа внизу.

А теперь, коллеги, я предлагаю вам поработать в группах самостоятельно и создать афишу какого-либо вашего события, учитывая базовые правила дизайна, о которых мы сегодня много говорили (*работа в группах в редакторе, создание афиш*).

#### **4. Заключительная часть. Обсуждение работ команд**

Коллеги, я благодарю вас за продуктивную работу и предлагаю обсудить афиши, которые у вас получились. Итак, какие моменты вызвали у вас затруднение? Что показалось наиболее интересным? Какие советы вы могли бы дать другим командам? Афиша чьей команды вам понравилась больше всего? В завершение хочется пожелать вам новых идей и успешных креативов!

**Ссылка на презентацию к занятию:** <https://sormlib.nnov.ru/professional-orbit/detail/sozдание-kontenta-v-onlayn-redaktore-supra/>

Новикова Ирина Владимировна, главный библиотекарь отдела методической работы и маркетинга Центральной районной библиотеки им. 1 Мая (МКУК ЦБС Сормовского района г. Нижнего Новгорода)