

## АДАПТАЦИЯ ГРАФИЧЕСКОГО КОНТЕНТА ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

И. Р. Лукьянович<sup>1)</sup>, Д. Д. Хоруженко<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, lukianinna12345@gmail.com

<sup>2)</sup>Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск Беларусь, daha.sunny@mail.ru

Графическая информация размещается в социальных сетях в соответствии с правилами, определяющими формат, размеры и пропорции. Во избежание потери контента, который выкладывается в различные социальные сети, его необходимо адаптировать, создавая несколько макетов по требованиям каждой сети.

**Ключевые слова:** социальные сети; адаптация графического контента; публикации в ленте; публикации в шапка профиля; полномасштабное изображение; миниатюра обложки; изображения для постов; элементы интерфейса.

### Визуальный контент в соцсетях и его адаптация

Социальные сети – не только площадка для общения, позволяющая поделиться своими мыслями, увлечениями и интересами. Они являются важным медийным ресурсом для представления организации, сообщества или личности, развития коммуникации и создания социальных связей. Профессиональные социальные сети, кроме того, организуют общение на профессиональные темы, обмен опытом и информацией, поиск и предложения вакансий, развитие деловых связей. Разработка графического контента социальной сети представляет трудоемкую задачу, ввиду его важности для привлекательности контента, создания нужных акцентов и впечатления. Различают следующие виды визуального контента в соцсетях: фотографии, видео, картинка, мем, инфографика и графика, картинка с цитатой, оцифрованный контент, скриншоты, и пр [1].

Это содержимое, как правило, нуждается в адаптации – изменению, согласно правилам и форматам конкретной сети. Этот аспект адаптации включает в себя приведение к нужным размерам и форматам изображений, видео, типографики, цветовых схем и других визуальных элементов, которые будут использоваться. Адаптация контента под различные платформы также подразумевает учет особенностей взаимодействия пользователей с контентом в каждой социальной сети.

Социальная сеть выставляя обрезающую рамку на предложенном макете позволяет выбрать ту его часть, которая будет размещена (рис. 1). Файлы, размер которых больше разрешенного, не принимаются.

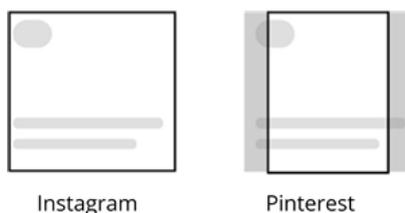


Рис. 1. Обрезающая рамка в Instagram и Pinterest

За адаптацию контента отвечает дизайнер, который должен создать несколько макетов для разных социальных сетей, следуя требованиям каждой из них, во избежание потери контента (рис.1).

Адаптивный дизайн призван решить несколько проблем, вывода изображений: показ меньших изображений на меньших экранах; использование преимуществ плотности экранов; изменение фокуса изображений на разных разрешениях; использование типов файлов, которые не поддерживаются всеми браузерами [2]. Некоторые виды графического контента меняют свой внешний вид в зависимости от разрешения устройства [2]. При выставлении содержимого такого типа следует учитывать, что будет принят один макет, а для меньших разрешений он будет обрезан инструментами визуализации соцсети (рис. 2).

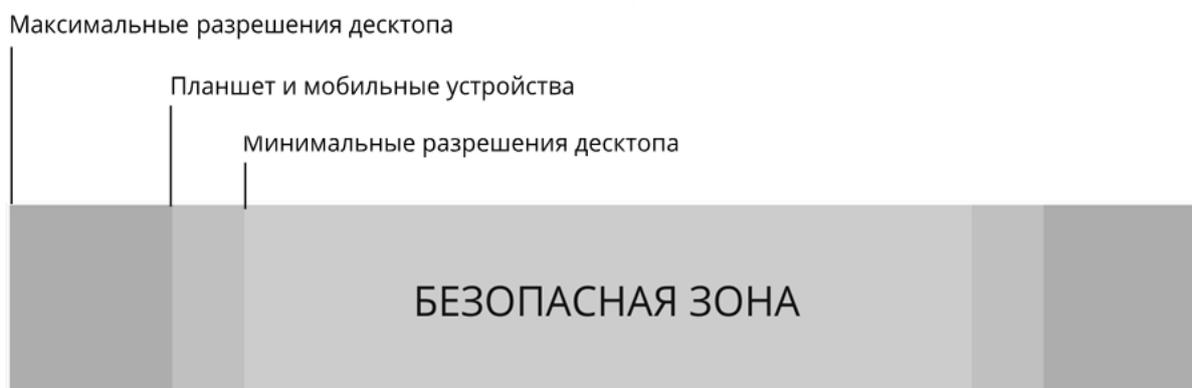


Рис. 2. Ширина макета для различных устройств и разрешений

Большая часть контента в социальных сетях является неадаптивной. Это означает, что дизайнеру не нужно продумывать, как будет выглядеть публикация на различных разрешениях. Она будет отображаться идентично на всех устройствах, лишь пропорционально уменьшаясь или увеличиваясь (рис. 3).



Рис. 3. Отображение неадаптивного графического контента на разных устройствах

### Особенности разработки шапки профиля, обложки к видео и публикации

Для разработки практически любого профиля и канала наибольшее значение имеют графика для шапки профиля, обложки к видео и публикации. Рассмотрим основные особенности разработки этих блоков для YouTube, LinkedIn, Instagram и VK.

Шапка профиля YouTube должна иметь форматы jpg или png и разрешение, не менее 2048×1152 px. Размер файла – не более 6 МБ [3].

YouTube работает не с разрешением устройства, а с его типом. В зависимости от типа устройства предоставленный макет кадрируется в соответствии с шаблоном и масштабируется на всем диапазоне разрешений, возможных на устройствах данного типа. Например, на всех компьютерах баннер будет лишь масштабироваться [3].

На рис. 4 представлена схема, которую YouTube предлагает при загрузке баннера. Она иллюстрирует зависимость доступности контента от типа устройства: центральная секция будет отображаться на всех устройствах, линия невидимого контура на компьютерах и телевизорах, наибольшая область – только на телевизорах.

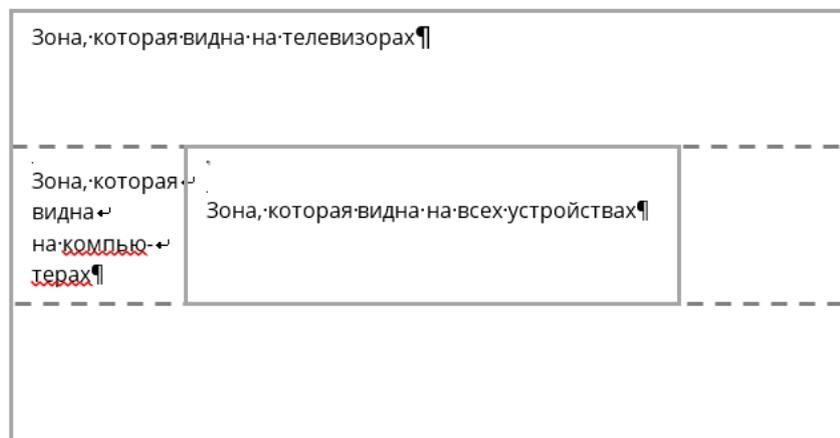


Рис. 4. Отображение шапки профиля YouTube на различных устройствах

Для качественного оформления обложки канала можно рекомендовать размеры – 2560×1440 px, с учетом минимального размера безопасной зоны – 1546×423 px.

Для шапки профиля LinkedIn разрешены форматы файлов jpg, png и gif. Размер файла при этом – не более 8 МБ. Разрешение графики для профиля компании должно быть 1128×191 px, а для личного профиля – 1584 x 396 px.

LinkedIn предоставляет только ограничения по размерам файла. Информации о том, как баннер будет отображаться на различных устройствах нет. Имеется только указание в справке: “Представление изображения может различаться в зависимости от размера окна веб-браузера и разрешения экрана” [4].

Баннер обрезается по краям к центру, поэтому с учетом ширины экрана компьютера и размеров мини-устройства, важный контент следует центрировать (рис. 5).



Рис. 5. Область целостности контента для мини-устройств в LinkedIn

Шапка профиля VK позволяет размещать графику в форматах png, jpg и gif размером не более 6 МБ. Размер шапки – не менее 1590×400 px [5].

В мобильной версии и приложениях отображается только часть обложки размером 1196×400 px. При создании обложки учитываются также элементы интерфейса мобильного телефона – нужно сделать соответствующие отступы – 85 px сверху и 140 px по краям. При несоблюдении пропорций ВКонтакте автоматически обрежет обложку (рис. 6).

Публикации в Instagram. Типами графических файлов для публикации, которые разрешены в этой сети, являются jpg, png, heic/heif [6]. Изображения в Instagram имеют два представления: в профиле и в ленте сообщений. Соотношение сторон в первом случае должно быть 1:1, во втором – от 1,91:1 до 4:5. Размер публикации может быть любым в разрешенном диапазоне – до 30 МБ – однако, при отображении в профиле публикация будет обрезана до соотношения сторон 1:1. Рекомендуемый размер – 320 до 1080 px (рис. 7).

Публикации LinkedIn. Типы файлов, которые принимает сеть – jpg, png. Размер файла: – не более 5 МБ. Диапазон соотношений сторон составляет от 3:1 до 2:3 (рис. 7). Рекомендуемый

размер изображений – не менее 552 x 276 px. Публикации в LinkedIn не меняют своих пропорций в зависимости от места отображения, однако наилучшим размером следует считать: 1200×628 px [7].



Рис. 6. Размеры обложки профиля VK на различных устройствах

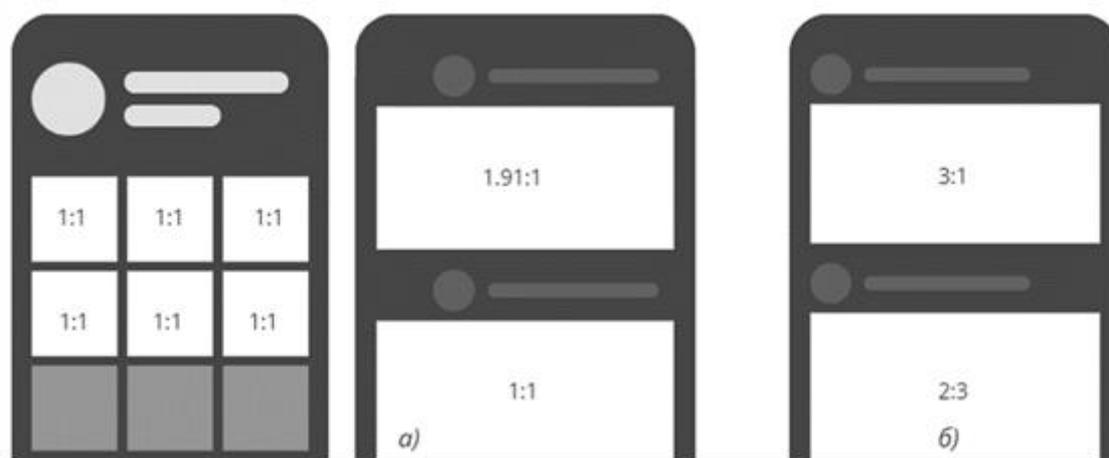


Рис. 7. Пропорции и размещение изображений а) в профиле и в ленте Instagram б) в ленте LinkedIn

В публикации VK графика может быть размещена в форматах png, jpg. Ограничение размеров графики в сторис – 4 ГБ. Минимальное разрешение горизонтальной картинки – 510×300, вертикальной картинки – 700×500. Максимальный размер: 1000×700 px [8].

Обложка к видео в YouTube. Эти обложки размещаются в форматах jpg, gif и png, размером файла не больше 2 МБ [9]. YouTube предоставляет авторам контента возможность загружать обложки перечисленных форматов в разном разрешении. Однако, чтобы изображение хорошо смотрелось на разных экранах, следует выполнить картинку, согласно следующим техническим требованиям: соотношение сторон – 16:9, разрешение – не менее 640 px, по большей стороне, желательно, 1280 × 720 px.

Обложка к видео в Instagram. Instagram Reels предоставляет возможность добавлять к видео обложку и отображать ее на главной странице в форматах jpg и png. Если во вкладке Reel обложки отображаются полномасштабно, то на главной странице они отображаются в формате квадрата, и выбрать часть обложки для основной ленты нельзя – это всегда центральный

квадрат [10]. Поэтому важно сбалансировать дизайн так, чтобы и в полномасштабном отображении обложка смотрелась хорошо, и чтобы в квадратной миниатюре контент не отображался обрезанным. Разрешение картинки должно быть 420 × 654 px, а соотношение сторон – 1:1,55.

### **Заключение**

Правила размещения графического контента для различных блоков соцсетей отличаются в части форматов, размеров, пропорций и особенностей генерирования сетью контента из представленного графического материала. Они требуют детального изучения и неукоснительного выполнения для успешного ведения ресурсов, поскольку без качественной графики невозможно привлечь внимание посетителей соцсети.

### **Библиографические ссылки**

1. Контент-маркетинг: идеи визуального контентного превосходства для соцсетей [Электронный ресурс] / Редакция SMMplanner, Вероника Чурсина SMMplanner 2016-2021. URL: <https://smmplanner.com/blog/kontent-marketing-idei-vizualnogo-prevoshodstva/> (дата обращения: 31.03.2024).

2. Complete Guide to Responsive Images! [Electronic resource] / Elad Shechter Sep 23, 2019. URL: <https://elad.medium.com/a-complete-guide-for-responsive-images-b13db359c6c7> (date of access: 31.03.2024).

3. Баннер канала и фото профиля [Электронный ресурс] /Справочный центр / Сообщество / Советы авторам Google LLC, 2024. URL: <https://support.google.com/youtube/answer/12950272?hl=ru&sjid=6744294766550240333-EU> (дата обращения: 31.03.2024).

4. Как поделиться фотографиями или видеороликами [Электронный ресурс] / In Справка / LinkedIn Corporation © 2024. URL: <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a527229?lang=ru> (дата обращения: 31.03.2024).

5. Как добавить обложку в сообщество? [Электронный ресурс] / Список вопросов / ВКонтакте © 2006-2024. URL: <https://vk.com/faq18266?q=%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B5%D1%80> (дата обращения: 31.03.2024).

6. Share a Post [Electronic resource] / Sharing Photos and Videos / Instagram Features / Meta © 2024. URL: [https://www.facebook.com/help/instagram/488619974671134/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/instagram/488619974671134/?helpref=hc_fnav) (date of access: 31.03.2024).

7. Как поделиться фотографиями или видеороликами [Электронный ресурс] / Справка. LinkedIn Corporation©2024. URL: <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a527229?lang=ru> (дата обращения: 31.03.2024).

8. Размеры изображений в соцсетях: актуальный гид на 2020 год [Электронный ресурс] / Интернет-маркетинг от Convert Monster. URL: [https://vk.com/@convert\\_monster-razmery-izobrazhenii-v-socsetyah-aktualnyi-gid-na-2020-god](https://vk.com/@convert_monster-razmery-izobrazhenii-v-socsetyah-aktualnyi-gid-na-2020-god) (дата обращения: 31.03.2024)

9. Как сделать превью для YouTube [Электронный ресурс] / © Movavi.ru. URL: <https://www.movavi.ru/learning-portal/youtube-preview.html> (дата обращения: 31.03.2024).

10. Reels [Electronic resource] / Instagram Features © 2024 Meta. URL: [https://www.facebook.com/help/instagram/270447560766967/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/instagram/270447560766967/?helpref=hc_fnav) (date of access: 31.03.2024).