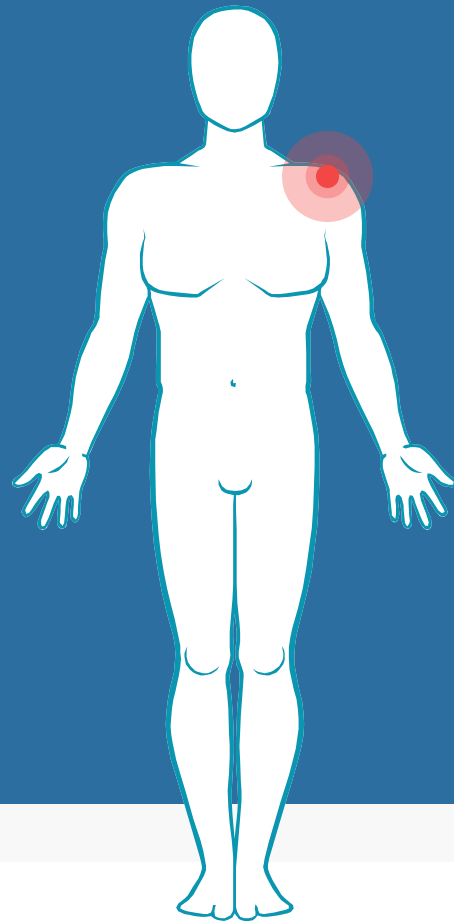


On-Call

I01: Hyvinvointineuvojan koulutusohjelma

4.3 Viestin luominen ja jakaminen



4.3 VIESTIN LUOMINEN JA JAKAMINEN

Sisältö

- Kokonaisviesti
- Visuaalisuuden merkitys
- Visuaalisen sisällön tuottamisen periaatteet – asemointi ja sommittelu
- Visuaalisen sisällön tuottamisen periaatteet – hyvä valokuva
- Kuvien optimointi
- Graafiset elementit ja kaaviot
- Sisältö eri medioissa
- Käyttöoikeudet
- Graafinen ohjeisto

VIESTIN LUOMINEN JA JAKAMINEN

Internet ja sosiaalinen media tulvivat erilaista informaatiota ja viestejä. Erottuminen ja luotettavan kuvan luominen ovat ensiarvoisen tärkeää, varsinkin terveystietoa jaettaessa.

Tässä osiossa keskitytään visuaalisesti laadukkaan sisällön tuottamiseen; sisällön tuottamisen yleisiin periaatteisiin, viestintätyyleihin, ja kuvien ja esitysgrafiikan käyttöön ja tuottamiseen.



SUORITETTUASI TÄMÄN OSAN, OLET HANKKINUT SEURAAVAT:

TIEDOT:

- ▶ Perustiedot sosiaalisen median sisällön tuotannosta; sisällön suunnitteluperiaatteetm viestintätyylit, lähteet sekä kuvien ja kaavioiden käyttö

TAIDOT:

- ▶ Osaat soveltaa sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia viestisi välittämiseksi
- ▶ Osaat tuottaa ja julkaista sisältöä valittujen kanavien kautta
- ▶ Osaat suunnitella kohdeyleisöllesi suunnatun viestin sisällön ja ulkoasun

VASTUUT & AUTONOMIA:

- ▶ Osaat valita parhaan kanavan ja viestisisällön kohderyhmällesi
- ▶ Osaat arvioida sopivan ajankohdan viestin julkaisuun tavoittaaksesi kohderyhmäsi parhaiten

KOKONAISVIESTI

Sosiaalisessa mediassa välitetty viesti koostuu eri elementistä;

- informaation sisältö
- kirjallisen viestinnän tyylistä
- kuvista
- Visuaalisista valinnoista ja tyyleistä

Myös se mitkä sosiaalisen median palvelut ja kanavat valitseet informaation välittämiseen, on osa viestiäsi.

- Mieti viestintääsi aina kokonaisuutena
- Rakenna visuaaliset elementit niin, että ne tukevat kokonaisuutta
- Visuaalisuuden tulee olla linjassa kokonaisuuden kanssa.

KOKONAISVIESTI

- Jakamasi tiedon tulee perustua tutkittuun tietoon
- Mainitse aina lähteet

Sama pätee graafisiin elementteihin.

- Varmista esim. kaavioita lainatessasi:
 - Kuvan tieto on paikkansa pitävää
 - Sinulla on oikeus käyttää kuvaa
 - Tarkista, onko kuvan tekijä mainittava kuvan yhteydessä



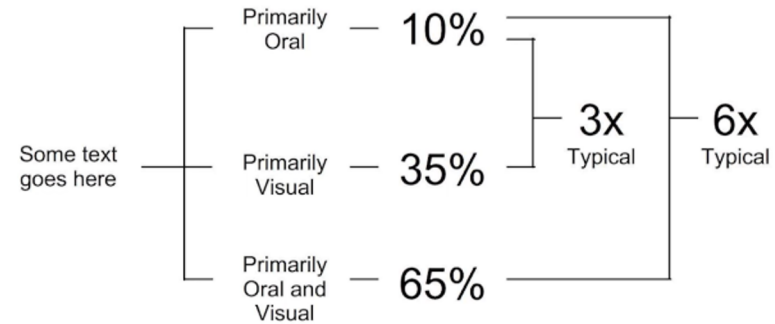
VISUAALISUUDEN MERKITYS

Visuaalisuudella on suuri merkkiys internetissä ja sosiaalisessa mediassa.

Tutkimuksessa, jossa analysoitiin 100 miljoonaa artikkelia todettiin, että

- Kuvalla varustettua Facebook julkaisua jaettiin kolme kertaa enemmän kuin samaa julkaisua ilman kuvaa.
- Twitterissä kuvallista julkaisua jaettiin kaksi kertaa enemmän.

John Medinan kymmenen vuoden takaisessa tutkimuksessa korostetaan näköaistin yliverbaalisuutta muihin aisteihin nähden sekä kuvan tehokkuutta sanalliseen viestiin verrattuna.



“Olemme uskomattoman hyviä muistamaan kuvia. Kuuntele tietoa, ja kolme päivää myöhemmin muistat 10% siitä. Lisää kuva ja muistat 65%”

VISUAALISUUDEN MERKTIYS

John Medinan sääntö nro 10: ”Näkökyky päihittää kaikki muut aistit”

- Kuvat voittavat tekstin, osittain koska lukeminen on meille niin tehotonta .
- Aivomme näkevät sanat pieninä kirjainjoukkoina, joista meidän täytyy tunnistaa tietyt kirjainten ominaisuudet pystyäksemme lukemaan sanat, ja se on aikaa vievää.
- Miksi näkökyky on niin tärkeä meille? Ehkä siksi, että sen avulla me aina tunnistamme uhat, syötäväksi sopivat kasvit eläimet sekä lisääntymismahdollisuudet

VISUAALISEN SISÄLLÖN TUOTTAMISEN PERIAATTEET – ASEMOINTI JA SOMMITTELU



Kuvien käyttö informaation jakamisessa on siis tehokasta, mutta kuvien ja graafisten elementtien luominen vaatii osaamista ja myös suunnitelmallisuutta.

Sosiaalisen median julkaisuihin pätevät useat säännöt, jotka ovat tuttuja jo perinteisestä graafisesta suunnittelusta ja printtimediasta.

Lisää aiheesta:

[How to Create Engaging Social Media Graphics](https://sproutsocial.com/insights/social-media-graphics/)

<https://sproutsocial.com/insights/social-media-graphics/>

Buffer listaa sivustollaan 11 kuvien käytön ja asemoinnin periaatetta:

1. Väri
2. Tasapaino
3. Viivojen käyttö
4. Typografia
5. Kontrasti
6. Mittakaava
7. Ryhmittely
8. Hierarkia
9. Toisto ja yhdenmukaisuus
10. Katseen suuntautuminen
11. Tila ja välistykset

GUIDE STARTS
HERE

>>>>

1. COLOR



- Used to convey emotion
- Support a certain personality
- Sets the mood & atmosphere

2. BALANCE



- Creates a sense of harmony
- Symmetrical & Asymmetrical
- Each element holds a 'weight'

3. LINES



- Help to guide the eyes
- Straight lines help create harmony
- Curved lines help create movement

4. TYPOGRAPHY



- Limit to 3 typefaces
- Serif for print, sans-serif for web
- Use kerning for great headlines

5. CONTRAST



- Add contrast with shapes
- Add contrast with color
- Add contrast with element sizes

6. SCALE



- Sizing of different elements
- Brings attention to certain areas
- Helps to demonstrate a concept

7. PROXIMITY



- Group related items together
- Connect colors, fonts, and shapes
- Helps to perceive items as similar

8. HIERARCHY



- Most important elements first
- Focus on the goal of the design
- Curved lines help create movement

9. REPETITION



- Consistent Branding
- Focus on fonts, colors, & logos
- Will create a recognizable look

10. DIRECTION



- "F", "E", & "Z" Pattern
- Upper left and left side for key info
- Be deliberate about your design flow

11. SPACE



- Keep designs super simple
- Use space to amplify other objects
- Don't be afraid to take elements out

READ MORE AT [BLOG.BUFFERAPP.COM](https://blog.bufferapp.com)

.....

VISUAALISEN SISÄLLÖN TUOTTAMISEN PERIAATTEET – HYVÄ VALOKUVA

Onnistunut sivusto, sivu tai muu sosiaalisen median kokonaisuus muodostuu yksittäisistä elementeistä ja jotta kokonaisuus on laadukas, on yksittäisten elementtien oltava myös laadukkaita



- ▶ Katso kuvaajaa silmiin;
- ▶ Käytä yksinkertaista (tasaista) taustaa;
- ▶ Käytä salamavaloa ulkokuvissa;
- ▶ Siirry lähelle kohdetta;
- ▶ Älä jätä kohdetta kuvan keskelle
- ▶ Lukitse tarkennus kohteeseen;
- ▶ Tunne salamavalosi toiminta-alue;
- ▶ Tarkkaile valoa (valon suuntaa);
- ▶ Ota myös pystykuvia;
- ▶ Ohjaa kuvattavia.

Kodakin vinkin laadukkaista valokuvista

KUVIEN OPTIMOINTI

Kuvien optimoinnilla tarkoitetaan paitsi kuvan laadullisten ja näkyvien ominaisuuksien parantamista myös kuvien tiedostokoon pienentämistä ja laadun ja tiedostokoon välisen optimin etsimistä. Tiedostokokoihin tulee kiinnittää huomiota, usea tiedostokooltaan suuri kuva samalla sivulla voi hidastaa sivun latautumista merkittävästi.

Jos halutaan parasta mahdollista kuvanlaatua, tulisi kuvien optimointi tehdä erillisellä kuvankäsittelyohjelmalla. Sosiaalisen median sovellukset tekemät kuvakoon muutokset vaihtelevat laadullisesti, optimoitujen kuvien laatu on joissain tapauksissa huono.

KUVIEN OPTIMOINTI

	Sävykuvat / valokuvat	Viivakuvat/ logos ja graafit	Läpinäkyvä	Ominaisuuksia/huomioitavaa
JPG (JPEG)	x	-	-	Soveltuu hyvin valokuville, pienet tiedostokoot, hävikillinen pakkaus (kuvan laatu heikkenee mitä enemmän tiedostokokoa pienennetään)
GIF	-	x	x	Rajalliset sävyt, karkeat reumat läpinäkyvyyttä käytettäessä, myös lyhyet animaatiot
PNG-24	x	x	x	Häviötön pakkaus, hyvä laatu, mutta suuret tiedostot. Täydellinen läpinäkyvyys, pehmeät reumat
PNG-8	-	x	x	rajalliset sävyt, karkeat reumat läpinäkyvyyttä käytettäessä

Kuvankäsittelyohjelmia
käytettäessä kuvien
tallennusmuodot on
hyvä tuntea.

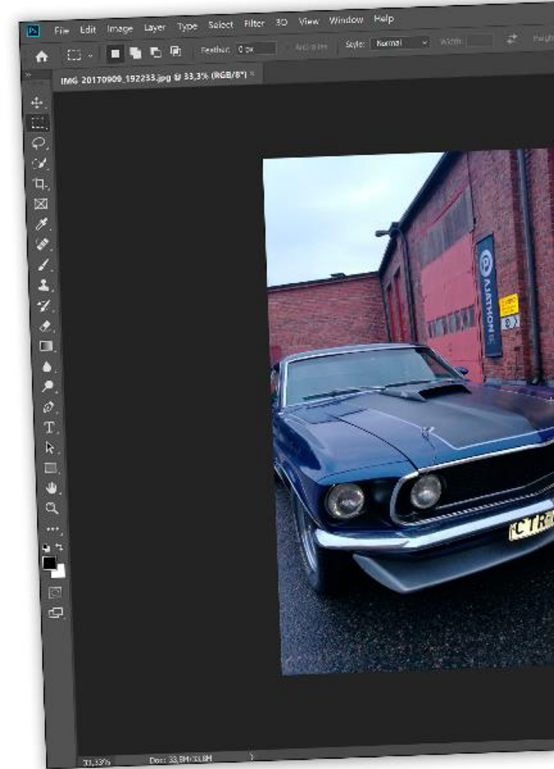
Oheinen taulukko
esittelee yleisimpien
tallennusmuotojen
tärkeimmät
ominaisuudet ja
käyttötarkoitukset

KUVIEN OPTIMOINTI KÄYTTÄEN ADOBE PHOTOSHOPIA

Tutustu Adobe Photoshopin perusteisiin:

- ▶ Aloita/ avaa kuva
- ▶ Automaattiset säädöt
- ▶ Kuvan koon muutos
- ▶ Kuvan tallentaminen

Kuvien optimointi käyttäen Adobe Photoshopia



GRAAFISET ELEMENTIT JA KAAVIOT

Mitä graafisilla elementeillä ja kaavioilla halutaan saavuttaa, miksi niitä kannattaa käyttää?

- visuaalisuudella on suuri merkitys internetissä ja sosiaalisessa mediassa
- Informaation jakaminen ja huomion saaminen tehostuu graafisia elementtejä käyttämällä

1. Ihmisen aivot prosessoivat visuaalisia elementtejä paremmin kuin tekstiä;
 2. Infograafit ovat loistava tapa kertoa visuaalisia tarinoita;
 3. Infograafit ovat helppoja ymmärtää;
 4. Infograafit ovat linkitettävissä;
 5. Infograafit ovat jaettavissa;
 6. Infograafit tukevat asiantuntijuuttasi;
 7. Infograafit voivat auttaa lisäämään myyntiä;
 8. Nykypäivänä infograafeja mainostetaan vähemmän.
- (Brockbank, 2018)

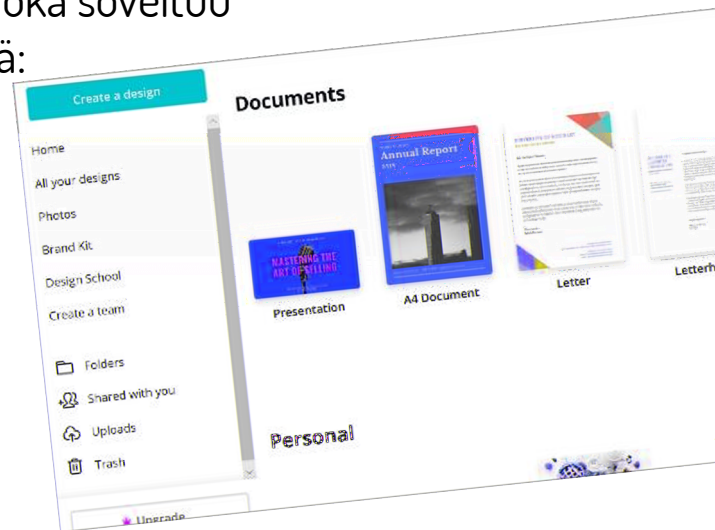


GRAAFISEN ELEMENTIN LUONTI CANVALLA

Canva on suosittu ja ilmainen selainpohjainen ohjelma, joka soveltuu graafisten elementtien luontiin. Canvan avulla voit tehdä:

- ▶ Visuaalisia elementtejä sosiaaliseen mediaan
- ▶ Kaavioita ja infografeja
- ▶ Visuaalisia elementtejä printti mediaan
- ▶ Graafiset ohjeistuksia

[Graafisen elementin luonti Canvalla](#)



SISÄLTÖ ERI MEDIOISSA

Kanavakohtaiset

- Sosiaalinen media ja käytettävät päätelaitteet muuttuvat koko ajan
- Myös eri medioiden suositukset muuttuvat jatkuvasti.
- Uusimmat ja ajantasaiset ohjeet eri medioille löydät verkosta

SISÄLTÖ ERI MEDIOISSA

Facebook

- Facebook muuttaa automaattisesti kuvien koon ja muodon, kun ne ladataan palveluun
- Suositukset kuvien koosta

https://www.facebook.com/help/266520536764594?helpref=uf_permalink



Twitter

- Twitter pohjautuu enemmän tekstisisältöön, joten sillä ei ole vastaavanlaisia ohjeistuksia kuvien suhteen.
- Twitterin ohjeet liittyvät enemmän Twitter-viestinnän luonteeseen ja tekstin tuottamiseen.
- Kuvia kehoitetaan käyttämään, mutta käyttöä ei ohjeisteta.

<https://business.twitter.com/en/basics/what-to-tweet.html>



SISÄLTÖ ERI MEDIOISSA

YouTube

Ohjeet laadukkaan YouTube-videoaineiston tuottamiseen

<https://support.google.com/youtube/answer/4603579?hl=en>



Instagram

Instagramin kuvakoot ja kuvasuhteet:

<https://www.facebook.com/help/instagram/1631821640426723?helpref=related>



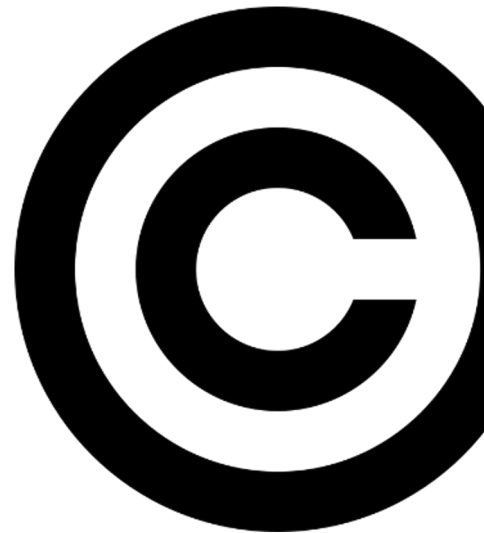
Vihjeitä ja niksejä Instagram-kuviin

<https://www.facebook.com/help/instagram/427910070604293/>

KÄYTTÖOIKEUDET

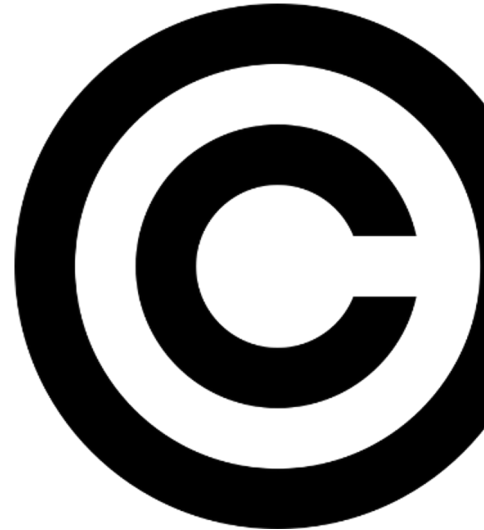
Tekijänoikeuden periaate on, että teosta saa käyttää ainoastaan tekijän luvalla ja siten kuin tekijä sallii. Social media Examiner listaa sivuillaan kuvien käyttöön liittyvät pääperiaatteet, kuinka käytät kuvia oikein ja laillisesti sosiaalisessa mediassa :

- Ymmärrä tekijänoikeuksien perusteet;
- Lue sosiaalisen median alustojen ehdot;
- Valitse oikea lisenssi käyttäessäsi kuvapankkikuvia;
- Hanki lupa kuvan suunnittelijalta;
- Älä oletta, että Fair use koskee toisen kuvien käyttämistä.
(Kornblet, 2017)



KÄYTTÖOIKEUDET

- **Fair use** on Yhdysvaltojen [tekijänoikeuslainsäädännössä](#) oleva käsite, jonka antaa poikkeustapauksissa käyttää materiaalia, joka muuten olisi tekijänoikeuden suojaamaa.
- Kyseessä on nimenomaan yhdysvaltalainen säädös, joka ei päde yleisesti Euroopan Unionin alueella, esim. Suomen lainsäädäntö ei sitä tunne.
- Euroopan ja Yhdysvaltojen tekijänoikeuslait siis poikkeavat toisistaan, mutta myös EU:n sisällä on omia maakohtaisia sääntöjä ja säännöksiä.
- Tutustu oman maasi tekijänoikeussäännöstöihin.
- Kuten digitaalisessa maailmassa moni muukin asia, myös tekijänoikeusasiat muuttuvat. Kaavaillut ja jo toteutetut muutokset tekijänoikeuksiin saattavat muuttaa sosiaalista mediaa ja kaikkea internet-julkaisua jatkossa suurestikin.
- Artikla 13 on osa uutta EU:n tekijänoikeusdirektiiviä, joka käsittelee sitä, kuinka “verkkosisällön jakamispalvelujen” tulisi käsitellä tekijänoikeuksilla suojattua sisältöä kuten televisio-ohjelmia ja elokuvia.



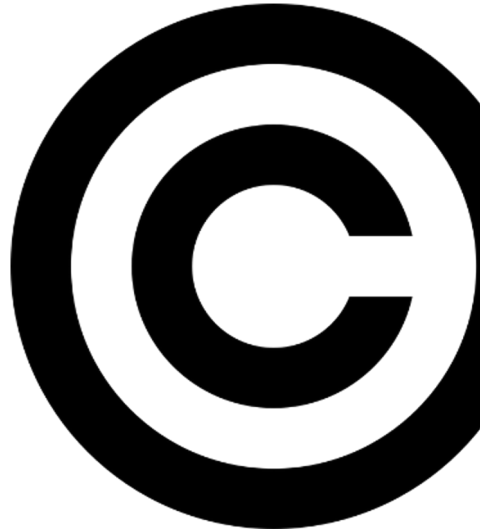
KÄYTTÖOIKEUDET

Se viittaa palveluihin, jotka on pääasiassa olemassa tarjotakseen yleisölle pääsyn ”käyttäjien lataamiin suojattuihin teoksiin tai muihin suojattuihin kohteisiin”, joten se kattaa todennäköisesti palvelut, kuten YouTube, Dailymotionin ja Soundcloudin.

On kuitenkin olemassa myös pitkä luettelo poikkeuksia, mukaan lukien:

- [voittoa tavoittelemattomat verkkotietosanakirjat](#)
- [avoimen lähdekoodin ohjelmistojen kehitysalustat](#)
- [verkkokaupat](#)
- [viestintäpalvelut](#).

(Fox, BBC News, 2019)



GRAAFINEN OHJEISTO

Graafinen ohjeisto sisältää perinteisesti toimijan tai yrityksen visuaalisen ilmeen kohta kohdalta eriteltynä ;

- logo ja sen sallitut käyttötavat
- Typografia (fontit printti- ja sähköisessä mediassa)
- Värit ja ohjeet niiden soveltamiseen
- Ohjeet kaikkien edellä mainittujen soveltamisessa eri yhteyksissä

Tutustu erilaisiin graafisiin ohjeistoihin täällä:

<https://blog.hubspot.com/marketing/examples-brand-style-guides>





Do the guidelines have a balance of structure and flexibility?

Are the guidelines short, and respectful to the user?

Are the guidelines scalable?

Are the guidelines scalable?



Visual Identity

These are all the elements that you will use to express what your brand is about, and what it stands for. Outlining these in the guidelines is absolutely necessary if you want to achieve consistency within your brand.

Strategy

The visual identity can't even begin without knowing the background of the brand, and where it intends to go. Giving the brand a personality and beliefs makes it approachable to consumers.

Brand Tone

Having a strong brand tone that is expressed primarily within written media needs to be outlined to coincide with all the visual material.

Brand Personality

Your personality might be corporate and professional, or it might be laid-back. Having personality will help make your brand approachable.

Market Positioning

This will be your measure into whether or not your brand is successful. Knowing where you want to be gives your brand a goal.

The Brand Beliefs

Having beliefs that work alongside your brand personality and market position humanises and builds company character.

Copy-writing Tone

This covers all copy, including websites, advertisements and brochures.

Social Media Tone

Keeping tone is crucial in increasingly important social media sites such as twitter.

Branding

TEHTÄVÄ 1:
Graafinen ohjeisto

Image source:
MyFitnessPall.com



References: Smashing Mag, Ben Gilman, Oxfam



TEHTÄVÄ 2:

Graafiset elementit valittuun kanavaan

Image source:
MyFitnessPall.com



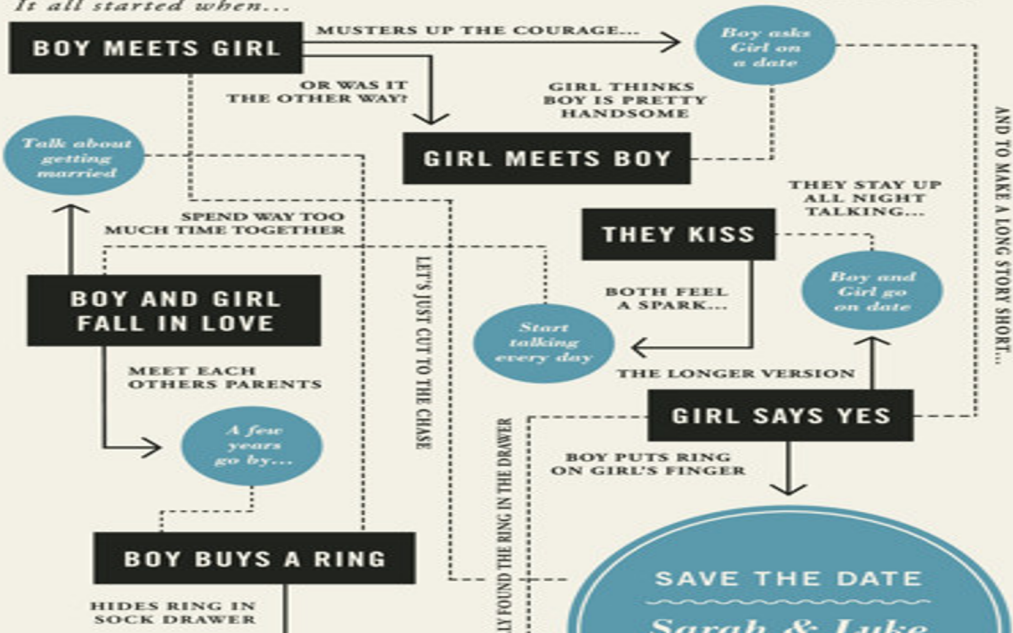
TEHTÄVÄ 3: KOKONAISVIESTI



A LOVE STORY FLOWCHART

It all started when...

Nº SL120821



TEHTÄVÄ 4:

Asemointi ja sommittelu – kokonaisuuden luominen

Image source:
MyFitnessPall.com



Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.
This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot
be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



2018-1-UK01-KA204-048095