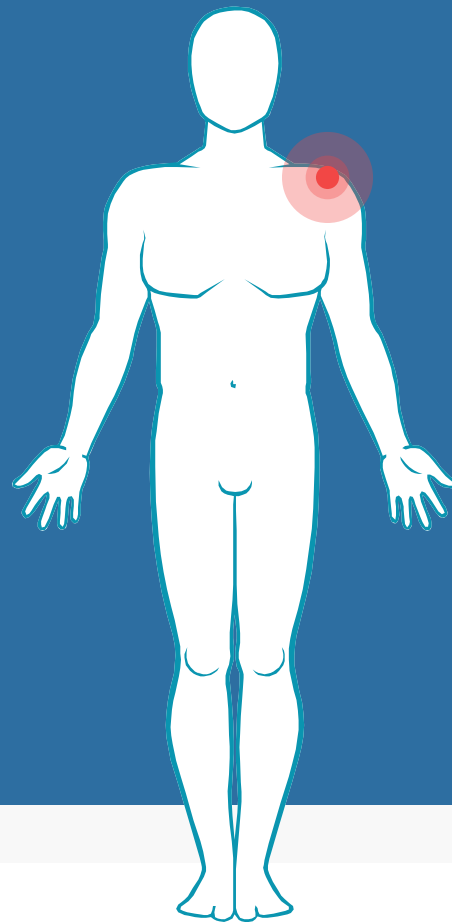


On-Call

101: Doradcy społeczni ds. zdrowia

Rozdział 4.3 Tworzenie i dostarczanie Twojej wiadomości



4.3 TWORZENIE I DOSTARCZANIE WIADOMOŚCI

Treść

- Twoja wiadomość
- Dlaczego wygląd zewnętrzny ma znaczenie
- Zasady produkcji treści wizualnych – pozycjonowanie i skład
- Zasady produkcji treści wizualnych – Wysokiej jakości zdjęcia
- Optymalizacja obrazów
- Elementy graficzne i schematy
- Treści w różnych mediach
- Prawa autorskie
- Wytyczne wizualne
- Zadanie do samodzielnego uczenia się

TWORZENIE I DZIELENIE SIĘ SWOJĄ WIADOMOŚCIĄ

Internet i media społecznościowe są zalewane informacjami.

Wyróżnienie się i stworzenie wiarygodnego wizerunku ma kluczowe znaczenie, zwłaszcza w przypadku dzielenia się informacjami na temat zdrowia.

Ta sekcja skupia się na tworzeniu atrakcyjnych wizualnie i wysokiej jakości treści;
ogólnych zasadach produkcji treści, stylach komunikacji oraz wykorzystaniu i produkcji obrazów i grafiki prezentacyjnej.



PO UKONCZENIU TEJ JEDNOSTKI EDUKACYJNEJ, BĘDZIESZ ZYSKAŁY NASTĘPUJĄCE:



WIADOMOŚĆ:

- ▶ Podstawowa wiedza na temat produkcji treści w mediach społecznościowych: zasady projektowania treści, style przekazywania informacji, odniesienia i wykorzystanie obrazów i wykresów.

UMIEJĘTNOŚCI:

- ▶ Wykorzystanie możliwości oferowanych przez media społecznościowe w dostarczaniu wiadomości
- ▶ Produkcja i publikacja treści za pośrednictwem wybranych kanałów dostarczania Twojej wiadomości
- ▶ Zaprojektować przekaz skierowany do odbiorców docelowych pod względem treści i układu graficznego

ODPOWIEDZIALNOŚĆ I AUTONOMIA:

- ▶ Wybierz najlepszy kanał i treść wiadomości, biorąc pod uwagę Twoją grupę docelową



TWOJE ZASADY

Każda wiadomość, którą udostępniasz w mediach społecznościowych składa się z kilku elementów;

- zawartość informacyjna
- styl pisania
- wszelkie załączone zdjęcia
- wybory wizualne i style.

Wybór usług i kanałów mediów społecznościowych jest również częścią Twojego przekazu.

- Zawsze myśl o swojej komunikacji jako całości
- Zbuduj elementy wizualne wspierające Twoją wiadomość.
- Identyfikacja wizualna Twoich postów powinna być zgodna z treścią.

TWOJE ZASADY

- Informacje, które udostępniasz, muszą być oparte na ważnych badaniach
- Zawsze odwołuj się do źródła informacji.

To samo odnosi się do elementów graficznych.

- w przypadku korzystania z wykresów skopiowanych z innych źródeł, należy upewnić się, że
 - informacje zawarte w obrazie są prawidłowe
 - masz prawo do korzystania z obrazu
 - sprawdzasz, czy autor obrazu powinien być wymieniony na zdjęciu.



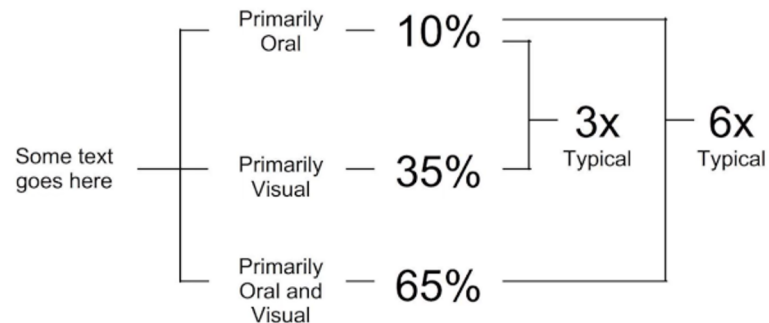
DLACZEGO WYGLĄD ZEWNĘTRZNY MA ZNACZENIE

Wizualność odgrywa ważną rolę w Internecie i mediach społecznościowych.

Na podstawie badania, w którym przeanalizowano 100 milionów artykułów, stwierdzono, że

- Fotoreportaż na Facebooku był rozprowadzany trzy razy więcej niż ta sama publikacja bez zdjęcia.
- Na Twitterze, publikacja zdjęć była rozłożone dwa razy więcej.

Badania Jana Medyny podkreślają wyższość wizji nad innymi zmysłami i skuteczność obrazu w porównaniu z przekazem werbalnym.



"Jesteśmy niesamowici w zapamiętywaniu obrazów. Usłyszeć kawałek informacji, a trzy dni później zapamiętasz 10% z nich. Dodaj zdjęcie, a będziesz pamiętał 65%."

DLACZEGO WYGLĄD ZEWNĘTRZNY MA ZNACZENIE

Zasada Jana Medyny Zasada mózgu numer 10: "Wizja przewyższa wszystkie inne zmysły".

- ▶ Obrazy królują nad tekstem, częściowo dlatego, że czytanie jest dla nas tak nieefektywne.
- ▶ Nasz mózg postrzega słowa jako małe litery, z których musimy rozpoznać pewne cechy tych liter, aby móc je odczytać, i jest to czasochłonne.
- ▶ Dlaczego wizja jest dla nas taka ważna? Może dlatego, że zawsze wykorzystywaliśmy ją do identyfikacji zagrożeń, roślin jadalnych i potencjału reprodukcyjnego.

ZASADY PRODUKCJI TREŚCI WIZUALNYCH – POZYCJONOWANIE I SKŁAD



Wykorzystanie obrazów do wymiany informacji jest efektywne, ale tworzenie obrazów i elementów graficznych wymaga wiedzy specjalistycznej oraz systematycznego podejścia.

Istnieje kilka zasad w tradycyjnym projektowaniu graficznym i drukowanym, które mają zastosowanie również w mediach społecznościowych.

Więcej na ten temat:

Jak stworzyć angażującą grafikę mediów
społecznościowych

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

LISTA BUFORÓW ZAWIERA 11 KLUCZOWYCH ZASAD UŻYWANIA I POZYCJONOWANIA OBRAZÓW:

1. Kolor
2. Bilans
3. linie
4. typografia
5. Kontrast
6. Skala
7. Bliskość
8. hierarchia
9. powtórzenie
10. Kierunek
11. Przestrzeń

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, san-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 	

ZASADY PRODUKCJI TREŚCI WIZUALNYCH – WYSOKA JAKOŚĆ ZDJĘĆ

Udana strona, strona lub inny podmiot mediów społecznościowych składa się z poszczególnych elementów; aby wynik był wysokiej jakości, każdy z poszczególnych elementów musi być również wysokiej jakości.



- ▶ Spójrz fotografującemu w oczy
- ▶ Użyj prostego (równego) tła
- ▶ Podczas fotografowania na wolnym powietrzu należy używać lampy błyskowej
- ▶ Ustawić się blisko celu
- ▶ Nie należy umieszczać celu na środku obrazu.
- ▶ Skoncentruj się na celu
- ▶ Poznaj zasięg swojej lampy błyskowej
- ▶ Bądź świadomy kierunku światła
- ▶ Zrób również zdjęcia pionowe
- ▶ Prowadź ludzi, do których strzelasz

OPTYMALIZACJA OBRAZÓW

Optymalizacja obrazu oznacza nie tylko poprawę jakości i widocznych cech obrazu, ale także zmniejszenie jego rozmiaru i znalezienie optymalnego rozwiązania pomiędzy jakością a rozmiarem pliku. Należy zwrócić uwagę na rozmiary plików, wiele zdjęć o dużych rozmiarach na tej samej stronie może znacznie spowolnić obciążenie strony.

Jeśli chcesz uzyskać najlepszą możliwą jakość obrazu, optymalizacja obrazu powinna odbywać się za pomocą oddzielnego edytora obrazów. Zmiany w wielkości obrazu dokonywane przez aplikacje społecznościowe różnią się jakościowo, w niektórych przypadkach jakość zoptymalizowanych obrazów jest niska.

OPTYMALIZACJA OBRAZÓW

	Obrazy tonalne / zdjęcia	Zdjęcia liniowe/ logotypy i wykresy	Przejrzysty	Ogłoszenia
JPG (JPEG)	x	-	-	Dobry wybór dla zdjęć - produkuje małe pliki. Losowa kompresja
GIF	-	x	x	Ograniczone tony, szorstkie krawędzie, gdy przejrzystość jest stosowana, umożliwia krótkie animacje
PNG-24	x	x	x	Bezstratna kompresja, dobra jakość. Duże rozmiary plików. Włącza . przezroczystość z miękkimi krawędziami

Korzystając z oprogramowania do edycji obrazów, dobrze jest wiedzieć, jak je zapisać.

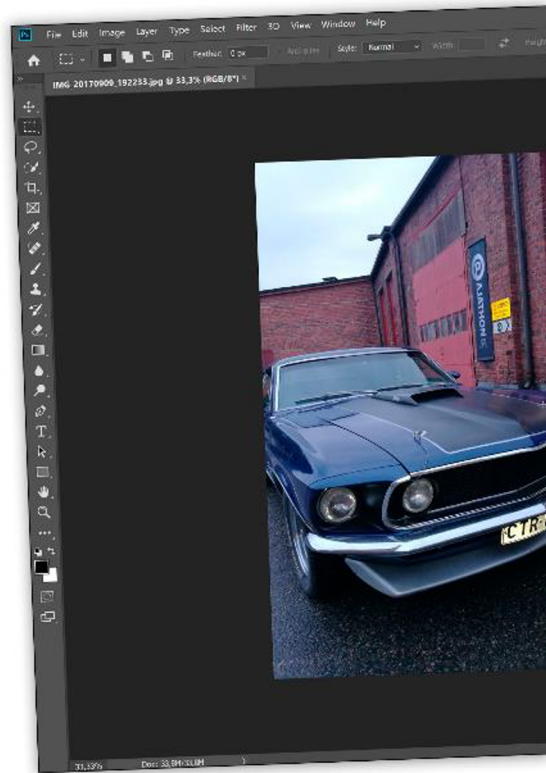
Ta tabela pokazuje główne cechy i zastosowania najbardziej popularnych

OPTYMALIZACJA OBRAZÓW ZA POMOCĄ ADOBE PHOTOSHOP

Zapoznaj się z podstawami programu Adobe Photoshop:

- ▶ Rozpoczęcie / otwarcie obrazu
- ▶ Korekty automatyczne
- ▶ Zmiana rozmiaru obrazu
- ▶ Zapisywanie obrazu

Optymalizacja obrazu za pomocą programu adobe Photoshop



ELEMENTY GRAFICZNE I SCHEMATY

Co można osiągnąć za pomocą elementów graficznych i wykresów, po co je stosować?

- Wizualność odgrywa ważną rolę w Internecie i mediach społecznościowych.
- Dzielenie się informacjami i zwracanie na siebie uwagi jest ułatwione dzięki zastosowaniu elementów graficznych.

1. Proces "Mózg ludzki" wizualnie lepszy niż tekst
2. Infografie to świetny sposób na opowiadanie historii wizualnych
3. Infografie są łatwe do odnalezienia
4. Infografie są połączone
5. Infografie są dostępne
6. Infografie pomagają w ustanowieniu Cię jako eksperta
7. Infografie mogą pomóc w zwiększeniu sprzedaży
8. Mniej infografik jest dziś promowanych

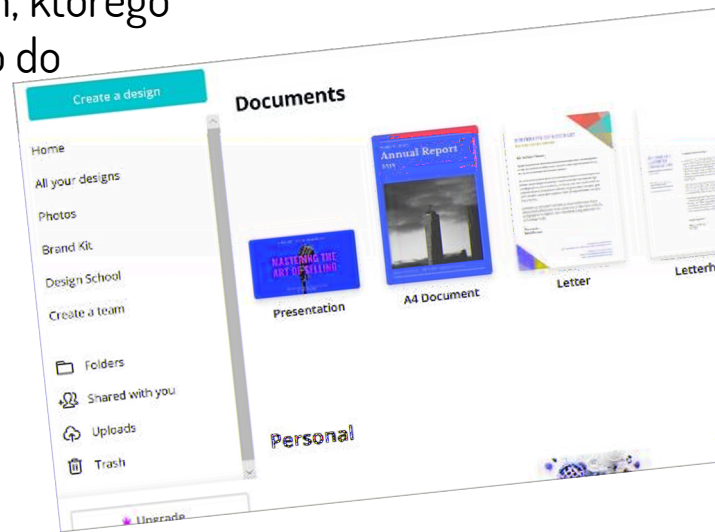
(Brockbank, 2018)



TWORZENIE INFOGRAFIK Z KANWĄ

Canva jest darmowym i popularnym oprogramowaniem, którego używasz w swojej przeglądarce, świetnie jest używać go do tworzenia infografik. Z Canvą możesz tworzyć:

- ▶ Elementy wizualne dla mediów społecznościowych
- ▶ Wykresy i infografie
- ▶ Elementy wizualne dla mediów drukowanych
- ▶ Przewodnik graficzny



[Tworzenie infografiki z Canva](#)

TREŚCI W RÓŻNYCH MEDIACH

Specyficzne dla kanału

- Stosowane media społecznościowe i urządzenia znajdują się w stanie ciągłych zmian,
- Zalecenia dla różnych mediów również mogą ulec zmianie.
- Najnowsze i aktualne instrukcje dla różnych mediów można znaleźć w Internecie

TREŚCI W RÓŻNYCH MEDIACH

Facebook

- Automatycznie zmienia rozmiar i przetwarza obrazy po przesłaniu na serwer.
- Ma zalecenia dotyczące rozmiarów obrazów

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



Twitter

- Twitter jest bardziej oparty na treści tekstowej, nie ma wytycznych dotyczących obrazów.
- Instrukcje na Twitterze odnoszą się do charakteru komunikacji i tworzenia tekstów.
- Zachęca się do korzystania z obrazków, ale nie podaje się instrukcji dotyczących ich rozmiaru i formatu.

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



TREŚCI W RÓŻNYCH MEDIACH

YouTube

Instrukcje dotyczące tworzenia wysokiej jakości filmów wideo dla Youtube'a można znaleźć pod tym linkiem

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



Instagram

Informacje o rozmiarach obrazu i współczynnikach proporcji:

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



Wskazówki i porady dotyczące zdjęć Instagram

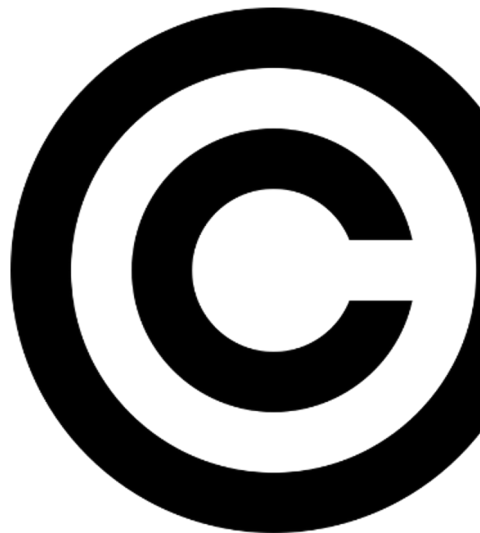
<https://www.facebook.com/help/instagram/427910070604293/>

PRAWA KOPIERACYJNE

Zasada prawa autorskiego polega na tym, że utwór może być wykorzystywany tylko za zgodą autora i w sposób przez niego dozwolony. Social Media Examiner wymienia główne zasady korzystania z obrazów na Twojej stronie internetowej, jak prawidłowo i legalnie wykorzystywać obrazy w mediach społecznościowych:

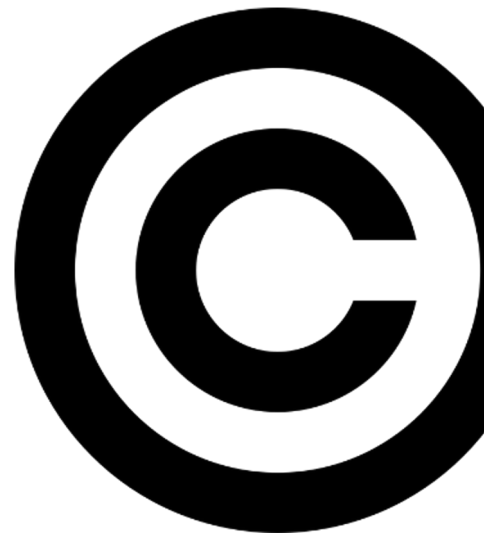
- ▶ Zrozumienie podstaw prawa autorskiego
- ▶ Przeczytaj warunki korzystania z platform Social Media
- ▶ Wybierz właściwą licencję podczas korzystania z obrazów stockowych
- ▶ Uzyskaj zezwolenie od twórcy obrazu
- ▶ Nie zakładaj, że uczciwe użycie ma zastosowanie do twojego użycia wizerunku kogoś innego.

(Kornblet, 2017)



PRAWA KOPIERACYJNE

- **Uczciwe użycie** to termin w amerykańskim prawie autorskim, który w wyjątkowych okolicznościach zezwala na użycie materiału, który w przeciwnym razie byłby chroniony prawem autorskim.
- Ta specyficzna dla USA ustawa, która nie ma ogólnego zastosowania w Unii Europejskiej.
- Europejskie i amerykańskie przepisy dotyczące praw autorskich różnią się od siebie, ale w UE istnieją również krajowe przepisy i regulacje.
- Zapoznaj się z przepisami dotyczącymi praw autorskich w Twoim kraju.
- Jak wiele innych rzeczy, zmieniają się również kwestie związane z prawami autorskimi. Planowane i już wdrożone zmiany w zakresie prawa autorskiego mogą w przyszłości w znacznym stopniu wpłynąć na media społecznościowe i wszystkie publikacje internetowe.
- Artykuł 13 jest częścią nowej dyrektywy UE w sprawie praw autorskich, która obejmuje sposób, w jaki "usługi udostępniania treści online" powinny traktować treści chronione prawem autorskim, takie jak programy telewizyjne i filmy.



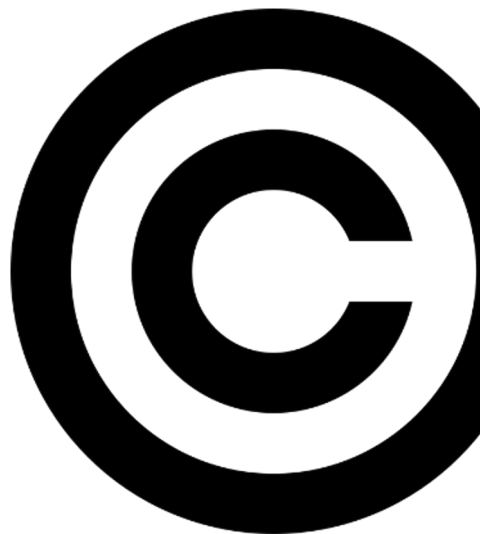
PRAWA KOPIERACYJNE

Odnosi się on do usług, które istnieją przede wszystkim w celu zapewnienia publicznego dostępu do "chronionych utworów lub innych chronionych przedmiotów objętych ochroną zamieszczanych przez użytkowników", a więc prawdopodobnie obejmuje takie usługi, jak YouTube, Dailymotion i Soundcloud.

Istnieje jednak również długa lista wyłączeń, w tym:

- nienastawione na zysk encyklopedie online
- platformy rozwoju oprogramowania open source
- usługi przechowywania w chmurze
- targowiska internetowe
- usługi łączności

(Fox, BBC News, 2019)



WYTYCZNE WIZUALNE

Tradycyjnie, wytyczne wizualne zawierają wizualną reprezentację organizacji, obejmującą co najmniej następujące elementy;

- logo i jego dopuszczalne wykorzystanie
- Typografia (czcionki używane w mediach drukowanych i elektronicznych)
- kolory i instrukcje dotyczące ich stosowania
- instrukcje dotyczące stosowania wszystkich powyższych elementów w różnych kontekstach

Informacje na temat różnych stylów wizualnych i marek można znaleźć tutaj:

<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?

Do the guidelines have a balance of structure and flexibility?

Do the guidelines have a balance of structure and flexibility?



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

DZIAŁALNOŚĆ 1: Wytyczne wizualne

Źródło obrazu:
MyFitnessPall.com



References: Smashing Mag, Ben Gilman, Oxfam



DZIAŁALNOŚĆ 2:

Elementy wizualne dla wybranego kanału Social media

Źródło obrazu:
MyFitnessPall.com



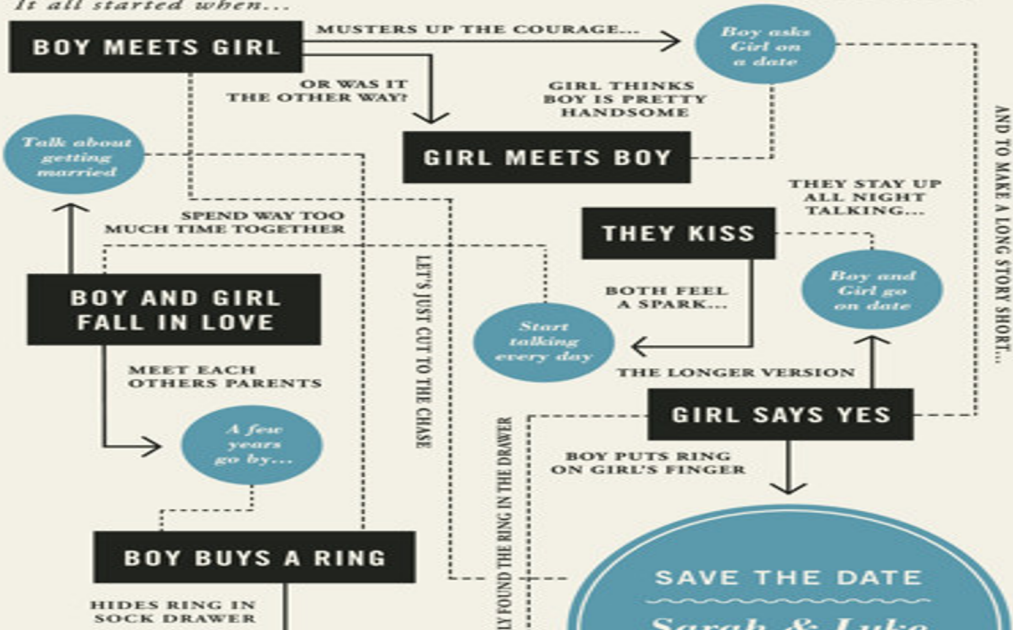
DZIAŁALNOŚĆ 3: TWOJE ZASADY



A LOVE STORY FLOWCHART

It all started when...

№ SL120821



DZIAŁALNOŚĆ 4:

Pozycjonowanie i skład – składanie tego wszystkiego

Źródło obrazu:
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