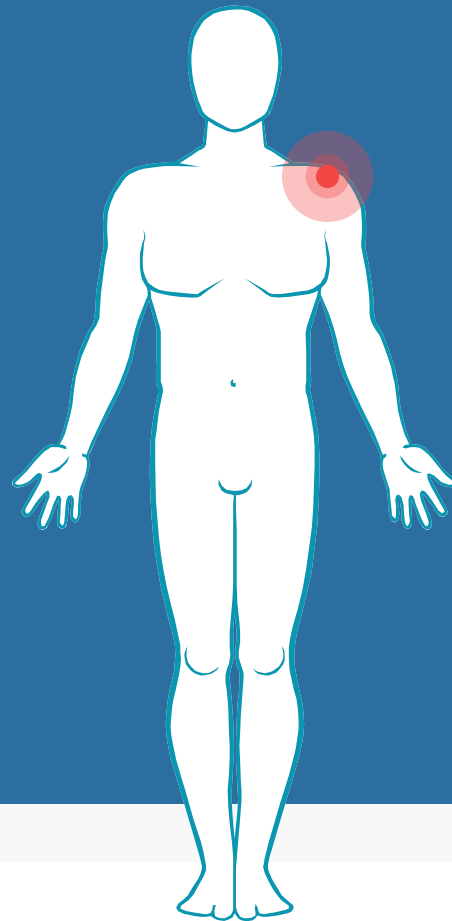


On-Call

101: Laički zdravstveni
savjetnici unutar zajednice

4.3 Stvaranje i dostavljanje vaše poruke



4.3 STVARANJE I ISPORUKA VAŠE PORUKE

Sadržaj

- Vaša poruka
- Zašto je vizualni izgled važan
- Načela proizvodnje vizualnog sadržaja – pozicioniranje i sastav
- Načela proizvodnje vizualnog sadržaja – fotografije visoke kvalitete
- Optimizacija slika
- Grafički elementi i dijagrami
- Sadržaj u različitim medijima
- Autorska prava
- Vizualne smjernice
- Zadatak za samousmjereno učenje

STVARANJE I DIJELJENJE VAŠE PORUKE

Internet i društveni mediji preplavljeni su informacijama. Vaganje i stvaranje pouzdane slike presudni su, posebice pri dijeljenju informacija o zdravlju.

Ovaj odjeljak usredotočen je na proizvodnju vizualno atraktivnog i kvalitetnog sadržaja; općim načelima proizvodnje sadržaja, komunikacijskih stilova te uporabe i izrade slika i prezentacijske grafike.



NAKON ZAVRŠETKA OVE JEDINICE ZA UČENJE, STEĆI ĆETE:

Znanja:

- ▶ Temeljna znanja o proizvodnji sadržaja društvenih medija: načela dizajna sadržaja, stilovi razmjene poruke, reference i korištenje slika i grafova

Vještine:

- ▶ Primjenjivati mogućnosti koje nude društveni mediji u dostavi poruka
- ▶ Proizvoditi i objavljivati sadržaj putem odabranih kanala za isporuku vaše poruke
- ▶ Dizajn poruke usmjerene ciljanoj publici u pogledu sadržaja i izgleda

ODGOVORNOST & AUTONOMIJA:

- ▶ Odaberite najbolji kanal i sadržaj poruke s obzirom na ciljanu publiku
- ▶ Procjena pravog vremena za objavljivanje poruke kako biste došli do ciljane publike

VAŠA PORUKA

Svaka poruka koju dijelite na društvenim mrežama sastoji se od nekoliko komponenti;

- informacijski sadržaj
- stil pisanja
- bilo koje slike uključene
- vizualnih izbora i stilova.

Izbor društvenih medijskih usluga i kanala također je dio vaše poruke.

- Uvijek misli na svoju komunikaciju kao cjelinu
- izgradnja vizualnih elemenata za podršku vašoj poruci.
- Vizualni identitet vaših postova trebao bi biti u skladu sa sadržajem.

VAŠA PORUKA

- Informacije koje dijelite moraju se temeljiti na valjanim istraživanjima
- Uvijek upućujte na izvor informacija.

Isto vrijedi i za grafičke elemente.

- pri korištenju grafikona kopiranih iz drugih izvora, provjerite
 - jesu li informacije na slici točne
 - da li imate pravo koristiti sliku
 - treba li autor slike biti spomenut na slici



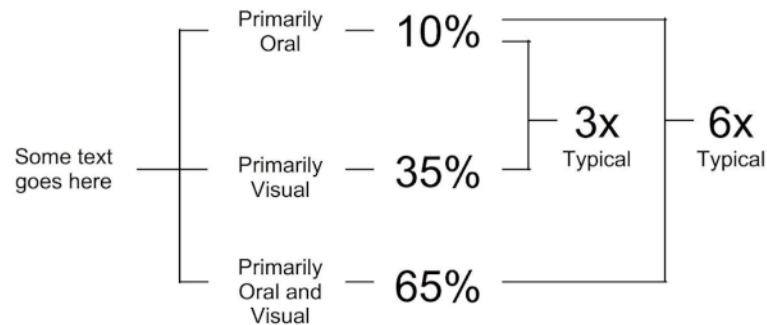
ZAŠTO JE VIZUALNI IZGLED VAŽAN

Vizualnost igra veliku ulogu na internetu i društvenim mrežama.

Na temelju studije u kojima je analizirano 100 milijuna članaka, pronađeno je da

- foto-featured Facebook izdanje distribuirano je tri puta više od iste publikacije bez slike.
- Na Twitteru, foto izdanje je podijeljeno dvostruko više puta.

Istraživanje Johna Medine ističe superiornost vida u usporedbi s drugim osjetilima i djelotvornost slike u usporedbi s verbalnom porukom.



"Nevjerojatno pamtim slike. Čujete dio informacije, a tri dana kasnije ćete se sjetiti 10% toga. Dodajte sliku i zapamtiti ćete 65%."

ZAŠTO JE VIZUALNI IZGLED VAŽAN

John Medina pravilo, pravilo mozga broj 10: "Vizija adut svih ostalih osjetila"

- ▶ Slike vladaju nad tekstom, dijelom zato što nam je čitanje tako neučinkovito.
- ▶ Naši mozgovi vide riječi kao mala slova, iz kojih trebamo prepoznati određene osobine slova da bismo mogli čitati riječi, a za to trošimo vrijeme.
- ▶ Zašto nam je vizija tako važna? Možda zato što smo ga uvijek koristili za identifikaciju prijetnji, jestivih biljaka, i reproduktivnog potencijala

(Medina, 2018.)

NAČELA PROIZVODNJE VIZUALNOG SADRŽAJA – POZICIONIRANJE I SASTAV



Korištenje slika za dijeljenje informacija je učinkovito, ali stvaranje slika i grafičkih elemenata zahtijeva stručnost kao i sustavan pristup.

Postoji nekoliko pravila u tradicionalnom grafičkom i tiskanom dizajnu medija koja se primjenjuju i na društvenim mrežama.

Više o temi:

[Kako stvoriti engaging Social Media Graphics](https://sproutsocial.com/insights/social-media-graphics/)

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

MEĐUSPREMNIK POPISI 11 KLJUČNIH NAČELA ZA KORIŠTENJE I POZICIONIRANJE SLIKA:

1. Boja
2. Ravnoteža
3. Linije
4. Tipografija
5. Kontrast
6. Skala
7. Blizina
8. Hijerarhija
9. Ponavljanje
10. Smjer
11. Prostor

GUIDE STARTS
HERE

>>>>

2. BALANCE



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

4. TYPOGRAPHY



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

6. SCALE



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

8. HIERARCHY



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

10. DIRECTION



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

1. COLOR



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

3. LINES



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

5. CONTRAST



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

7. PROXIMITY



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

9. REPETITION



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

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)

.....

PRINCIPI PROIZVODNJE VIZUALNOG SADRŽAJA – VISOKOKVALITETNE FOTOGRAFIJE

Uspješnu web-lokaciju, stranicu ili drugi subjekt društvenih medija sačinjavaju pojedinačni elementi; da bi ishod bio visoke kvalitete, svaki od pojedinačni elemenat mora biti i visoke kvalitete.



- ▶ Pogledaj fotografa u oči
- ▶ Koristi jednostavnu (jednaku) pozadinu
- ▶ Koristite blic prilikom snimanja na otvorenom
- ▶ Pozicioniraj se blizu cilja
- ▶ Cilj ne stavljajte u centar slike
- ▶ Držite fokus na cilju
- ▶ Znajte raspon vašeg blica
- ▶ Budite svjesni smjera svjetlosti
- ▶ Fotografirajte i okomite slike također
- ▶ Vodite/uputite ljude koje snimate

OPTIMIZIRANJE SLIKA

Optimizacija slike ne znači samo poboljšanje kvalitativnih i vidljivih značajki slike, već i smanjenje veličine datoteke slika i pronalaženje optimalnog između kvalitete i veličine datoteke. Pozornost treba obratiti na veličine datoteka, više slika s velikim veličinama datoteka na istoj stranici može znatno usporiti učitavanje stranice.

Ako želite najbolju moguću kvalitetu slike, optimizaciju slike treba obaviti sa zasebnim uređivačem slika. Promjene veličine slike koje su napravile aplikacije društvenih medija razlikuju se kvalitativno, u nekim slučajevima kvaliteta optimiziranih slika je loša.

OPTIMIZIRANJE SLIKA

	Ton slike / fotografije	Linijske slike/ logotipi i grafovi	Transparentnost	Obavijesti
JPG (JPEG)	X	-	-	Dobar izbor za fotografije - proizvodi male datoteke. Kompresija gubitka.
Gif	-	X	X	Ograničeni tonovi, grubi rubovi kada se primjenjuje transparentnost, omogućuje kratke animacije
PNG-24	X	X	X	Kompresija bez gubitaka, dobra kvaliteta. Velike veličine datoteka. Omogućuje transparentnost s mekim rubovima.
PNG-8	-	X	X	Ograničeni tonovi, grubi rubovi kada primjenjuje se transparentnost

Kada koristite softver za uređivanje slika, dobro je znati kako spremiti svoje slike.

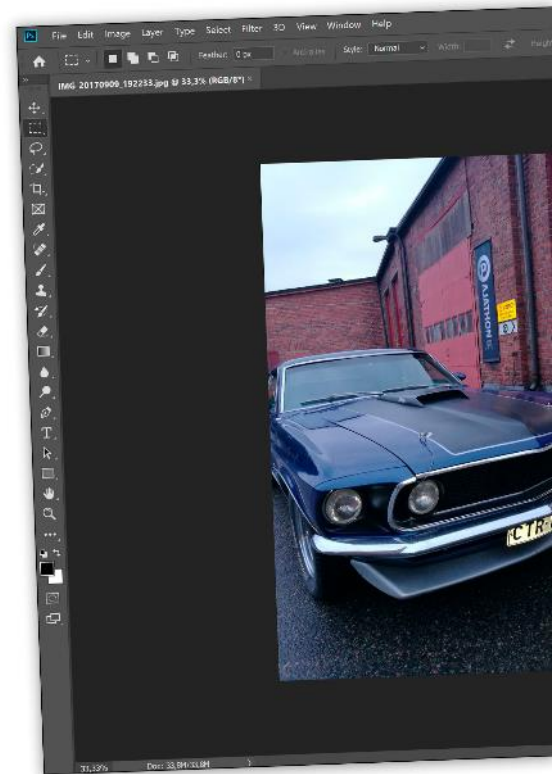
Ova tablica prikazuje glavne značajke i koristi najčešćih vrsta datoteka

OPTIMIZIRANJE SLIKA POMOĆU ADOBE PHOTOSHOPA

Uveličite osnove programa Adobe Photoshop:

- ▶ Početak rada / otvaranje slike
- ▶ Automatske prilagodbe
- ▶ Mjenjanje veličine slike
- ▶ Spremanje slike

Slika optimiziranje pomoću Adobe Photoshop



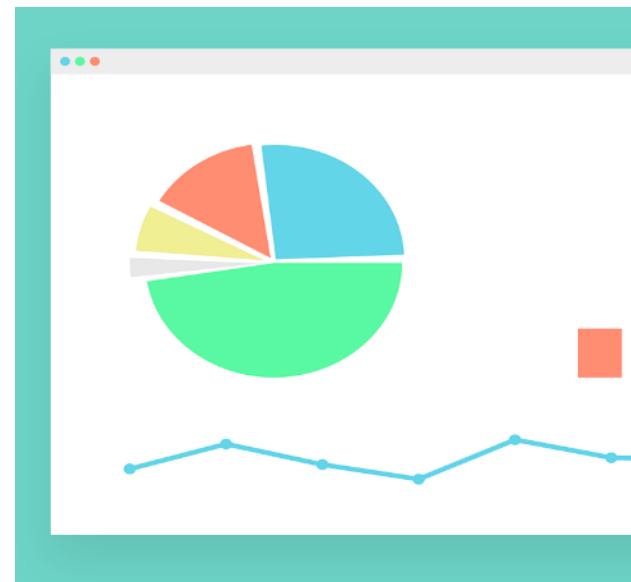
GRAFIČKI ELEMENTI I DIJAGRAMI

Što možete postići grafičkim elementima i grafovima, zašto ih koristiti?

- Vizualnost igra veliku ulogu na internetu i društvenim medijima.
- Dijeljenje informacija i dobivanje pažnje poboljšana je korištenjem grafičkih elemenata

1. Ljudski mozak bolje percipira vizuale od teksta
2. Infografika su odlični načini za ispričati vizualne priče
3. Infografiku je lako probaviti
4. Infografiku je moguće linkati
5. Infografiku je moguće dijeliti
6. Infografika vam pomaže pionicirati vas kao stručnjaka
7. Infografika može pomoći u povećanju prodaje
8. Manje infografike se promovira danas

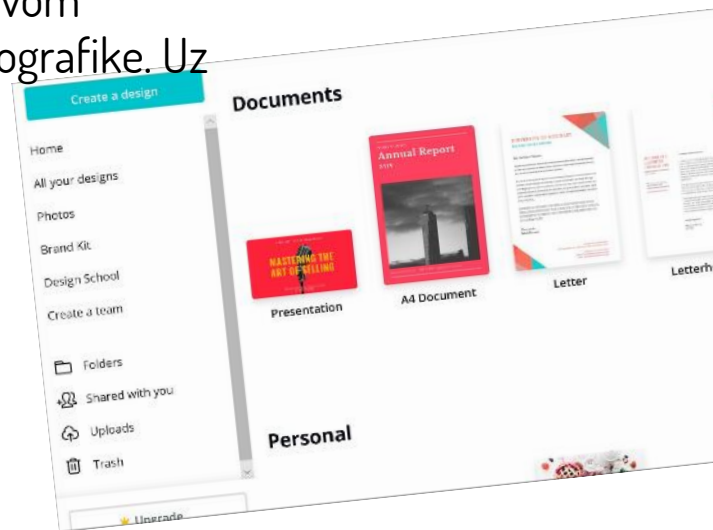
(Brockbank, 2018.)



STVARANJE INFOGRAFIKE S PLATNOM

Canva je besplatan i popularan softver koji koristite na svom browseru, velik je za korištenje i odličan za stvaranje infografike. Uz Canvu možete napraviti:

- ▶ Vizualni elementi za društvene medije
- ▶ Grafikone i infografiku
- ▶ Vizualne elemente za ispisne medije
- ▶ Grafički vodič



[Stvaranje Infografike s canva](#)

SADRŽAJ U RAZLIČITIM MEDIJAMA

Specifičan kanal

- Društveni mediji i uređaji koji se koriste u stanju su stalnih promjena,
- Preporuke za različite medije također podliježu promjenama.
- Najnovije i ažurirane upute za različite medije možete pronaći na internetu

SADRŽAJ U RAZLIČITIM MEDIJAMA

Facebook

- Automatski mijenja veličinu i premješta fotografije pri prijenosu na poslužitelja.
- Ima preporuke za veličine fotografija

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



Twitter

- Twitter se temelji više na tekstualnom sadržaju koji nema smjernice za fotografije.
- Upute Twittera odnose se na prirodu komunikacije i proizvodnju teksta.
- Korištenje slika se potiče, ali nisu dane upute za veličinu ili format.

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



SADRŽAJ U RAZLIČITIM MEDIJAMA

Youtube

Upute za izradu videozapisa visoke kvalitete za Youtube možete pronaći na ovom linku

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



Instagram

Informacije o veličinama fotografija i omjerima aspekta:

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



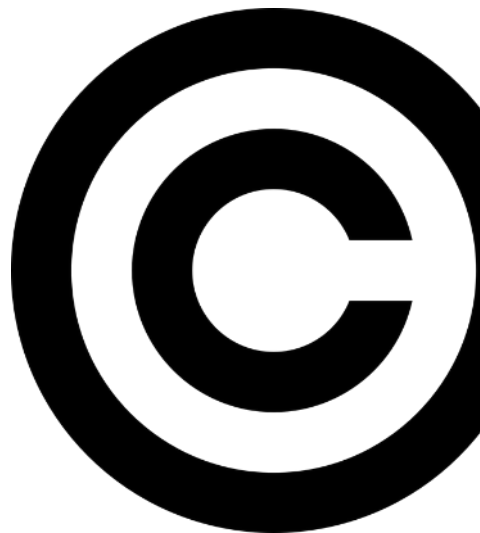
Savjeti za Instagram fotografije

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

Autorska prava

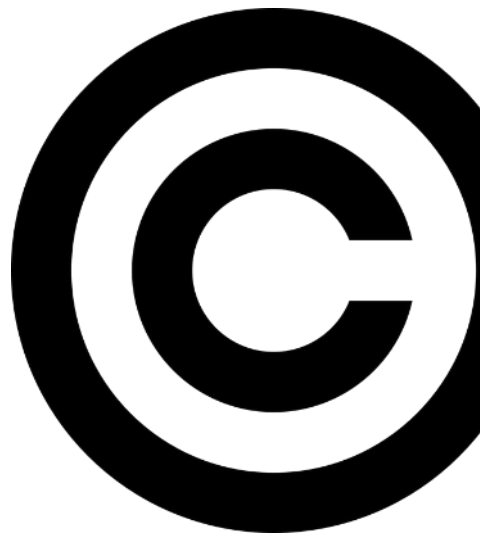
Načelo autorskih prava je da se djelo može koristiti samo uz dopuštenje autora i prema dopuštenju autora. Social Media Examiner navodi glavna načela korištenja slika na vašoj web stranici, kako pravilno i pravno koristiti slike na društvenim mrežama:

- ▶ Razumijevanje Osnove autorskih prava
- ▶ Pročitajte Uvjete za svoje platforme za društvene medije
- ▶ Odaberite pravu licencu prilikom korištenja stock fotografija
- ▶ Dobijte dozvolu od fotografa
- ▶ Ne nagađajte da se poštena uporaba odnosi se na vašu uporabu tuđe slike (Kornblet, 2017.)



Autorska prava

- **Poštena uporaba** je pojam u zakonu o autorskim pravima SAD-a koji u iznimnim okolnostima omogućuje korištenje materijala koji bi inače bio zaštićen autorskim pravima.
- Ovaj zakon specifičan za SAD koji se općenito ne primjenjuje u Europskoj uniji.
- Europski i američki zakoni o autorskim pravima različiti su, ali postoje i nacionalna pravila i propisi unutar EU-a.
- Provjerite zakone o autorskim pravima vaše zemlje.
- Kao i mnoge druge stvari, se mijenjaju i problemi s autorskim pravima. Planirane i već provedene promjene autorskih prava mogu uvelike utjecati na društvene medije i sve internetsko objavljivanje u budućnosti.
- Članak 13. dio je nove Direktive EU-a o autorskim pravima koja obuhvaća način na koji bi se "usluge razmjene internetskih sadržaja" trebale baviti sadržajem zaštićenim autorskim pravima, kao što su televizijski programi i filmovi.



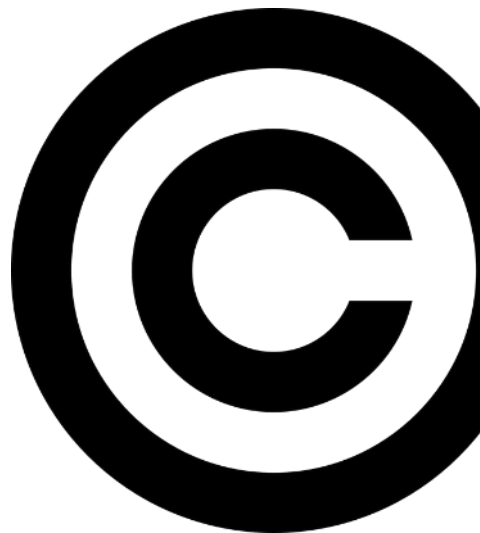
Autorska prava

Odnosi se na usluge koje prvenstveno postoje kako bi se javnosti dao pristup "zaštićenim djelima ili drugim zaštićenim predmetima koji su prenijeli njegovi korisnici", pa će vjerojatno pokriti usluge kao što su YouTube, Dailymotion i Soundcloud.

Međutim, postoji i dug popis izuzeća, uključujući:

- neprofitne internetske enciklopede
- platforme za razvoj softvera otvorenog koda
- usluge pohrane u oblaku
- internetska tržišta
- komunikacijske usluge

(Fox, BBC Vijesti, 2019)



VIZUALNE SMJERNICE

Vizualne smjernice tradicionalno sadrže vizualni prikaz organizacije uključujući barem sljedeće elemente;

- logo i njegova dopuštena korištenje
- Tipografija (fontovi koji se koriste u tiskanim i elektroničkim medijima)
- boje i upute za njihovu primjenu
- Inih uputa o primjeni svega navedenog u raznim kontekstima

Informacije o različitim Vizualnim smjernicama i stilovima robne marke možete pronaći ovdje:

<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?



What not to do

Treatments such as logo rotation, embossing, colour variation and glow effects are examples of what you may want to avoid.

The Logo Spacing

Giving a space around the logo is imperative to getting maximum impact. Supply a scalable unit that can be used in many scenarios.

The Brand Colours

Supply PANTONE, CMYK, RGB and Hexadecimal values of the intended house colours. Consider what their associative colours are too.

House Type-faces

You may give examples of header fonts, secondary fonts and body fonts along with possible leading and tracking properties.

Types of Grid/Layouts

Any graphic and linear elements that are associated with the brand may require certain margins in order to maintain consistency.

The Brand Imagery

Giving examples of styles of imagery is crucial to maintaining brand consistency too. Remember to allow flexibility for brand evolution.

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 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.

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.

Branding

AKTIVNOST 1:
Vizualne smjernice

Izvor slike:
MyFitnessPall.com



References: Smashing Mag, Ben Gilman, Oxfam



AKTIVNOST 2:

Vizualni elementi za odabrani kanal društvenih medija

Izvor slike:
MyFitnessPall.com



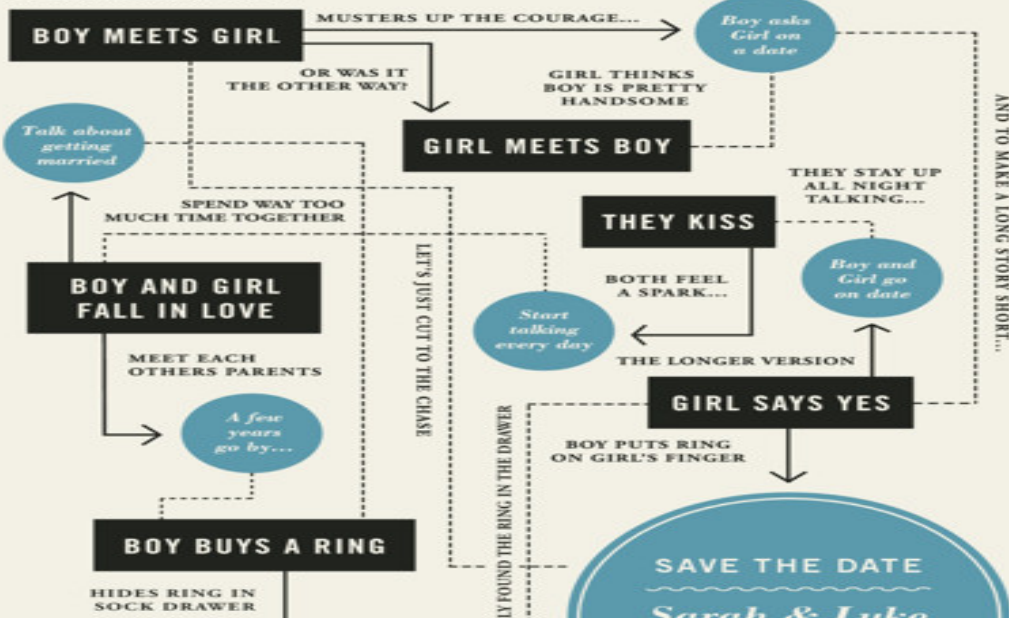
AKTIVNOST 3: VAŠA PORUKA



A LOVE STORY FLOWCHART

It all started when...

№ SL120821



AKTIVNOST 4:
Pozicioniranje i sastav – stavite sve zajedno

Izvor slike:
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