

PRIRUČNIK

SMJERNICE ZA KOMUNIKACIJU I PRIPREMU SADRŽAJA ZA DRUŠTVENE MREŽE AUKOS
AKADEMSKA GODINA: 2025./2026.

IZRADILA: IVANA GUGANOVIĆ

ODOBRILA: IZV. PROF. DR. SC. TATJANA ILEŠ



SADRŽAJ

1. TIM • KONTAKTI • SMJERNICE

- 1.1. Web – članovi tima i kontakti
- 1.2. Društvene mreže Akademije
- 1.3. Smjernice za objavu sadržaja
- 1.4. Najave događanja
- 1.5. Fotografiranje događanja
- 1.6. Fotografiranje publike
- 1.7. Video materijali

2. STILSKI VODIČ

- 2.1. Dimenzije i formati vizuala
- 2.2. Tekst objave
- 2.3. Fotografiranje događanja
- 2.4. Vertikalno snimanje
- 2.5. Fotografiranje izložbi



SADRŽAJ

3. LINKEDIN

3.1. Upute za ažuriranje

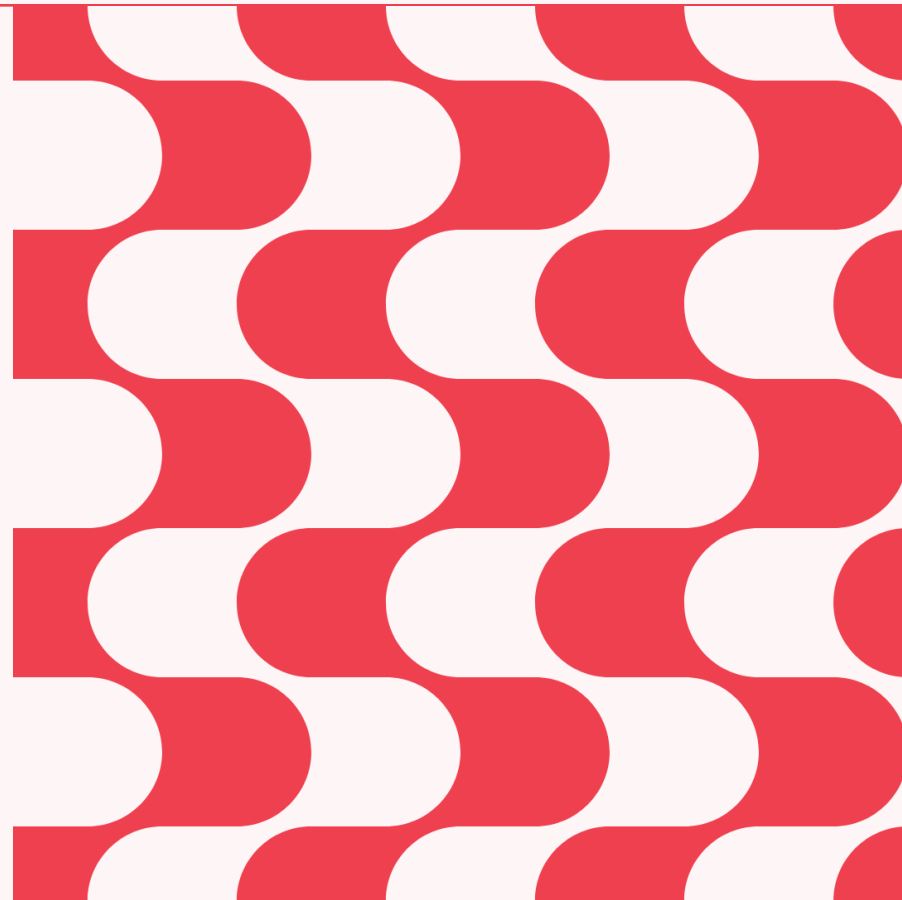
3.2. Oznake

4. ZAVRŠNE NAPOMENE

4.1. Što se više neće objavljivati?

4.2. Završne napomene





I. TIM • KONTAKTI • SMJERNICE

WEB I DRUŠTVENE MREŽE



1.1. WEB • Članovi tima i kontakti

IZMJENE SADRŽAJA U TEKSTUALNOM OBLIKU → doc. dr. sc. Snježana Barić Šelmić

✉ Kontakt: snjezana.baric.selmic@aukos.hr

IZMJENE U ARHITEKTURI STRANICE → bacc. ing. el. Tomislav Marijanović

✉ Kontakt: tomislav.marijanovic@aukos.hr

Obvezna konzultacija s prodekanicom, izv. prof. dr. sc. Tatjanom Ileš

✉ Kontakt: tatjana.iles@gmail.com

Informacije koje su važne za AUKOS i/ili vaš Odsjek, a koje biste željeli postaviti na centralnu WEB stranicu Akademije, pripremljene je potrebno poslati na odobrenje:

✉ prodekanici, izv. prof. dr. sc. Tatjani Ileš, tatjana.iles@gmail.com

✉ doc. dr. sc. Snježani Barić Šelmić, snjezana.baric.selmic@aukos.hr

1.2. Društvene mreže Akademije

Informacije koje su važne za AUKOS i/ili vaš Odsjek, a želite ih postaviti na društvene mreže Akademije, pripremljene i finalno oblikovane potrebno je poslati na odobrenje:

↓ Ivani Guganović, drustvenemrauk@gmail.com

Rokovi

Finalno oblikovane promotivne materijale s popratnim tekstom objave potrebno je dostaviti najkasnije 2 dana prije planiranog datuma objave na društvenim mrežama. Promotivne materijale koji zahtijevaju dodatnu digitalnu obradu ili kreiranje digitalnog sadržaja (npr. obavijest bez vizuala) potrebno je uz okvirni opis vizualnog koncepta poslati najkasnije 5 dana prije planiranog datuma objave na društvenim mrežama.

1.3. Smjernice za objavu sadržaja

Elektronički promotivni materijali koji su namijenjeni objavi na službenim društvenim mrežama Akademije, a koji ne budu dostavljeni isključivo na drustvenemrauk@gmail.com i ne budu usklađeni s propisanim standardima i rokovima slanja → neće se razmatrati niti će biti objavljeni.

Voditelj društvenih mreža Akademije zadržava pravo na uređivanje, prilagodbu, skraćivanje ili izmjenu sadržaja u svrhu usklađivanja s komunikacijskom strategijom, vizualnim standardima i uredničkom politikom. Društvene mreže Odsjeka, kao i do sada, ažuriraju osobe koje su prethodno za to zadužene.

Voditelj društvenih mreža Akademije zadržava pravo ne objaviti sadržaj u slučaju da isti krši etičke smjernice, smjernice o privatnosti i autorskim pravima, operativne smjernice, ton komunikacije i/ili na bilo koji način izravno ugrožava ugled Akademije, njezinih zaposlenika i studenata.

1.4. Najave događanja

Događanja namijenjena unaprijed dogovorenoj publici više se neće promovirati putem društvenih mreža Akademije. Svrha promocije događanja je informiranje javnosti o njihovom planiranju i realizaciji. U situacijama kada šira javnost nije pozvana na događanje – promocija putem društvenih mreža je besmislena i potencijalno štetna (npr. ako se netko doista odazove događanju, a njegovo sudjelovanje nije predviđeno).

Budući da su takva događanja često dio projektnih aktivnosti važnih za promociju Akademijinog djelovanja – ostaje otvorena opcija *post festum* izvještavanja o njihovoj realizaciji. Ako postoji potreba za objavom na društvenim mrežama, voditelj projekta treba dostaviti sadržaj pripremljen sukladno smjernicama (finalno oblikovan tekst + fotografije i/ili video u odgovarajućem formatu).

U slučaju višednevnih događaja (npr. znanstvenih konferencija i festivala) a za koje voditelj projekta zahtijeva objavu na društvenim mrežama Akademije nakon svakog dana održavanja događanja – voditelj projekta ili osoba koju je zadužio za pripremu sadržaja – treba poslati pripremljen tekst i fotografije za objavu (ako nije drugačije dogovoreno).

1.5. Fotografiranje događanja

Angažman fotografa i/ili snimatelja pojedinog događanja, neovisno o tome je li fotograf/snimatelj student, zaposlenik ili vanjski suradnik – odgovornost je voditelja projekta. Svi dogovori i uvjeti suradnje koji proizlaze iz tog angažmana, uključujući logističke i tehničke aspekte, u cijelosti su u nadležnosti voditelja projekta.

Opremu za fotografiranje i snimanje događanja moguće je osigurati unutar Akademije uz obveznu pravovremenu rezervaciju i potpisivanje reversa. U slučaju potrebe za korištenjem opreme izvan Akademije, potrebno je prilikom rezervacije naglasiti tu potrebu te potpisati poseban revers koji definira uvjete korištenja opreme izvan Akademije.

Rezervaciju opreme moguće je izvršiti slanjem e-maila:

- ✉ Luka Cvenić, luka.cvenic@aukos.hr
- ✉ Renato Sabo, renato.sabo@aukos.hr

Tehnička služba zadržava pravo prioritizirati rezervacije prema njihovoj važnosti i/ili vremenu pristizanja.

1.6. Fotografiranje publike

Fotografiranje publike bi u pravilu bilo najbolje izbjegavati zbog GDPR-a. Ako za fotografiranje postoji legitiman interes, odnosno ako je ono neophodno jer su fotografije potrebne za reakreditaciju, publiku je potrebno unaprijed obavijestiti o namjeri fotografiranja i korištenju nastalih fotografija.

Sudionici događanja imaju pravo u bilo kojem trenutku zatražiti uklanjanje objavljenih fotografija na kojima su prepoznatljivi. Budući da su fotografije publike u ovom kontekstu uglavnom namijenjene za promotivne svrhe – od sudionika bi trebalo zatražiti privolu, neovisno o tome jesu li to naši studenti ili netko drugi.

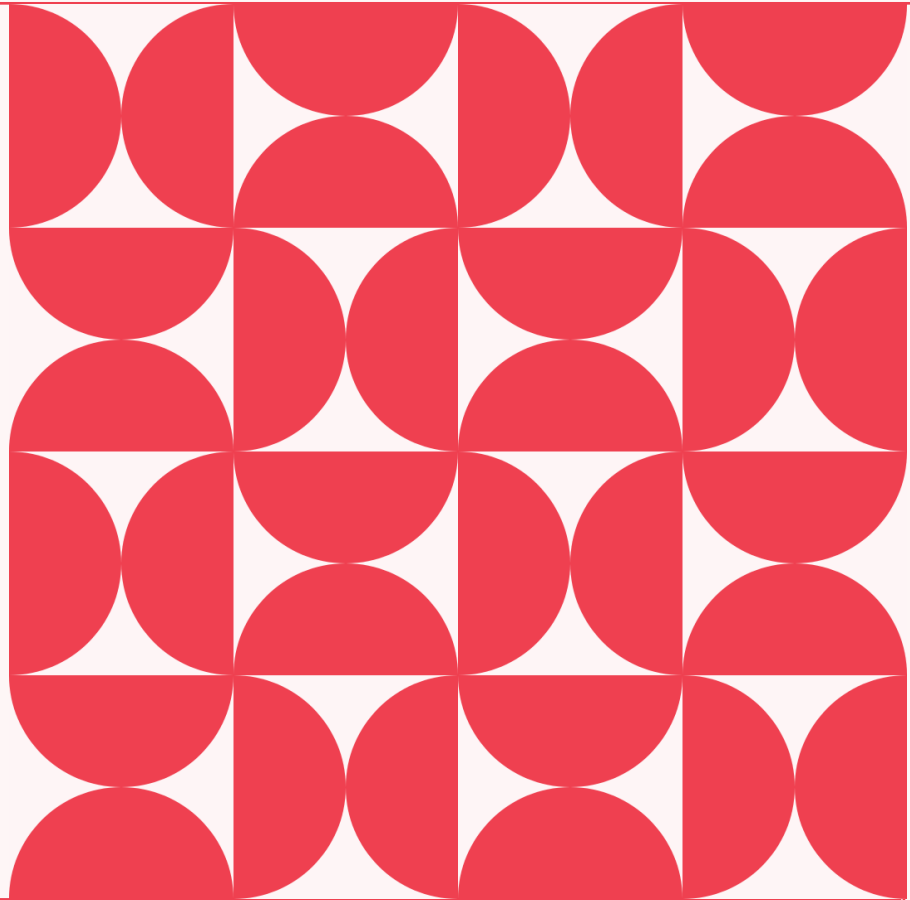
Preporučuje se fotografirati publiku s leđa kako bi se minimizirao rizik od povrede privatnosti.

Fotografije djece i maloljetnika ne smiju se objavljivati na društvenim mrežama Akademije ili Odsjeka bez prethodne pisane privole roditelja ili skrbnika. Kao alternativu, moguće je objaviti fotografije na kojima su lica djece i maloljetnika adekvatno zamagljena ili prikrivena, kako bi se osigurala usklađenost s propisima o zaštiti privatnosti.

1.7. Video materijali

Kakav treba biti videozapis da bi bio objavljen na društvenim mrežama Akademije?

- Snimljen vertikalno → format (9:16)
- Trajanje: do 90 sekundi (kraće forme bolje prolaze)
- Lišen filtera i efekata za bolji vizualni dojam
- Ako video sadrži glazbu – ne smije biti studijska verzija popularne glazbe zbog kršenja autorskih prava (u suprotnom će Facebook i Instagram automatski ukloniti videozapis). Ako video mora sadržavati glazbu, neka to bude royalty free glazba.
- Snimke djece i maloljetnika bez pristanka roditelja/skrbnika ili odgovarajuće cenzure neće biti objavljene.
- Svi videozapisi moraju biti najavljeni mailom i poslani putem WeTransfera.
- Videozapisi loše kvalitete (estetski i sadržajno) te oni koji ne budu slijedili propisane smjernice – neće biti objavljeni na društvenim mrežama Akademije. Voditelji društvenih mreža Odsjeka zadržavaju pravo i imaju slobodu objaviti sadržaj na stranicama i profilima društvenih mreža Odsjeka.



2. STILSKI VODIČ



2.1. Dimenzije i formati vizuala za objavu

Standardne preporučene dimenzije:

- Instagram/Facebook → 1080 x 1080 px (kvadratni format) ili 1080 x 1350 px (4:5) (preporučuje se za bolju vidljivost).
- Instagram story → 1080 x 1920 px (9:16)

Format datoteke:

- JPG (JPEG) → standardni format za fotografije
- PNG → preporučuje se za grafike, logotipe i vizuale.

Fotografije i vizuali – neprihvatljivi formati:

- Fotografije umetnute u Word
- Fotografije i vizuali u PDF-u

Sadržaj koji ne bude dostavljen u odgovarajućem formatu neće biti objavljen.

2.2. Tekst objave

Ograničenje broja znakova → Facebook: 63.206 znakova

Ograničenje broja znakova → Instagram: 2.200 znakova

Idealna duljina opisa na Facebooku je 18 riječi. Naravno, možete poslati i duži tekst objave. Objave koje sadrže 80 znakova ili manje dobivaju 88 % više angažmana. Nije sve što je važno za web podjednako važno i za društvene mreže. Pokušajte skratiti tekst!

Objavljivanje po principu oglasne ploče nije previše produktivno ako ne korelira s pripadnicima ciljne skupine i uglavnom rezultira gubitkom pratitelja.

Ton komunikacije na društvenim mrežama treba biti manje birokratski ukočen – izbjegavajte komplicirane pojmove i znanstveni žargon. Većina ljudi objave na društvenim mrežama čita u pokretu ili u krevetu prije spavanja. Pripadnici ciljne skupine neće kvantificirati vašu objavu kao važnu ako ne komunicirate na način koji je prilagođen društvenoj mreži i njima.

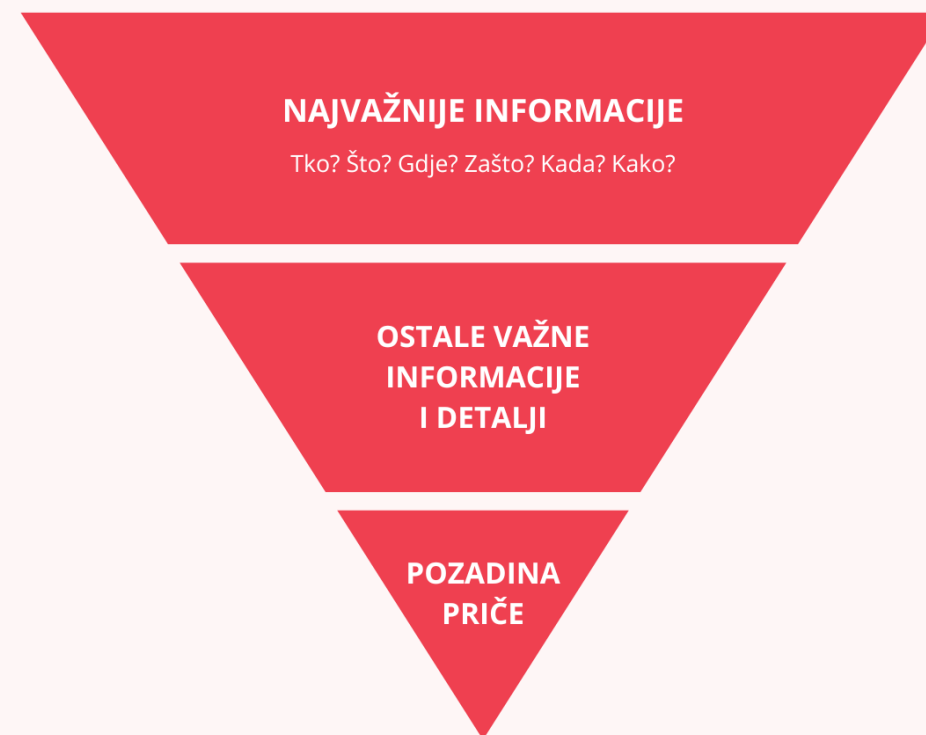
2.2. Tekst objave

Oblikovanje teksta objave → načelo OBRNUTE PIRAMIDE – najvažnije ide pri vrhu, manje važno u sredinu, a dodatne informacije dolaze na kraju.

Ako se u tijelu teksta za objavu nalazi poveznica na članak ili obrazac za prijavu – poveznicu će biti moguće otvoriti samo putem Facebooka. Na Instagramu nije moguće kliknuti na poveznicu unutar teksta, već se poveznica integrira u tzv. bio (opis profila) i/ili se zasebno izrađuje priča (story) u koju se prilikom kreiranja sadržaja integrira poveznica.

Neće uvijek biti moguće podebljati (boldati) tekst koji ste označili kao važan jer programi za boldanje teksta uglavnom ne podržavaju palatale.

Prilikom slanja poveznica na medijske članke o Akademiji ili Odsjeku, potrebno je dostaviti popratni tekst uz koji će se članak objaviti na društvenim mrežama.



2.3. Fotografiranje događanja

Ako sami fotografirate događaj ili ste za to zadužili drugu osobu obratite pozornost na sljedeće:

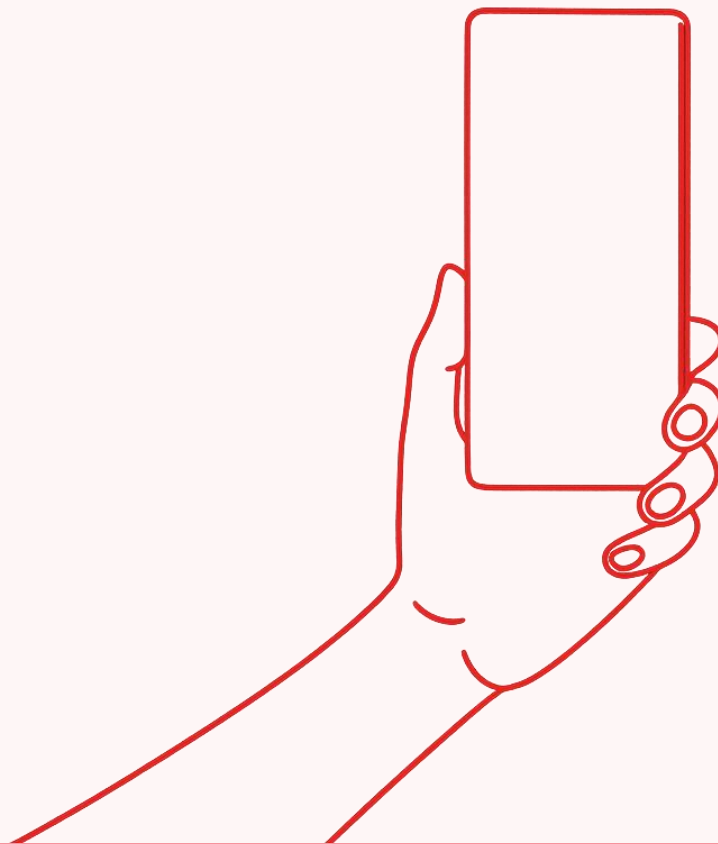
- Prije početka fotografiranja očistite objektiv fotoaparata odnosno kameru na pametnom telefonu i isključite filtere.
- U prostorijama s izvorom dnevne svjetlosti iza objekta/subjekta (npr. Salon 33 u Tvrđi) spustite zastore i inzistirajte na osvjetljenju. Ako je moguće zamolite predavača za fotografiju prije početka ili nakon događanja uz odgovarajuću rasvjetu.
- Prilikom fotografiranja ne upotrebljavajte bljeskalicu.
- Ako fotografirate s pametnim telefonom – ne upotrebljavajte zoom (fotografije ispadnu zrnate).
- Pripazite na rezoluciju, kompoziciju, kadriranje i stabilizaciju – fotografije trebaju biti statične, oštre i jasne.
- Izbjegavajte neuobičajene kadrove (gornji i donji rakurs koji mogu distorzirati prostor).

2.4. Vertikalno snimanje

Prilikom snimanja pametni telefon potrebno je postaviti u vertikalni položaj tj. prirodni položaj držanja pametnog telefona u ruci. Korisnici tako ne moraju rotirati uređaj ili uključivati opciju rotiranja zaslona prilikom pregledavanja sadržaja.

Vertikalni položaj je najkompatibilniji i najfunkcionalniji format za dijeljenje na društvenim mrežama. Jamči bolju iskorištenost prostora na zaslonu, pogodniji je za uređivanje, estetičan je i privlači više pažnje.

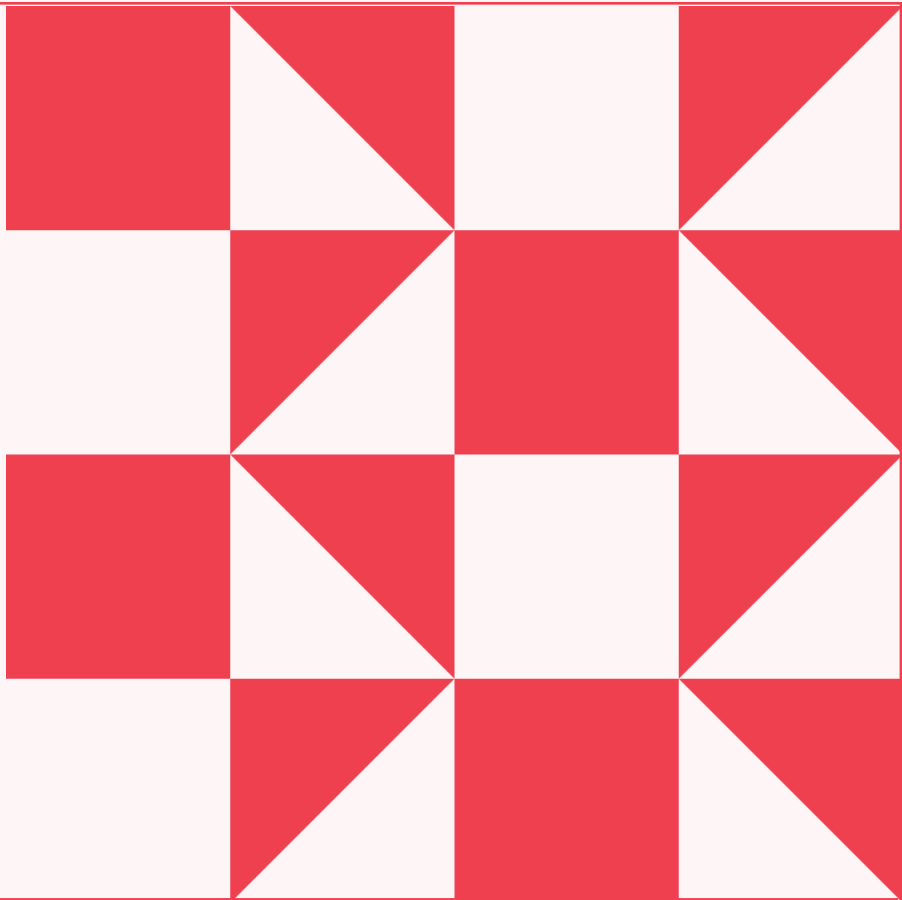
Izbjegavajte horizontalno snimanje, kao i panoramske fotografije jer ih je naknadno teško uklopiti u karusel objave.



2.5. Fotografiranje izložbi

Prilikom fotografiranja otvorenja izložbi pripazite na sljedeće smjernice:

- Zabilježite ključne trenutke. Fotografirajte umjetnika i osobu koja je održala govor otvorenja izložbe, rezanje vrpce ili performanse, ako su dio otvorenja. Uхватite nekoliko kadrova svake scene.
- Izbjegavajte koristiti total tj. široki plan ako je otvorenje izložbe loše posjećeno.
- Fotografije / slike / skulpture i ostale eksponate najbolje je zasebno fotografirati zbog reprezentativnosti i digitalnog prenošenja autentičnosti izloženih umjetničkih radova.



3. LINKEDIN



3.1. Upute za ažuriranje

S ciljem povećanja vidljivosti i prepoznatljivosti Akademije na LinkedInu – zaposlenicima koji posjeduju LinkedIn račun preporučuju se sljedeći koraci:

1. Zapratite službeni profil Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku.
2. Ažurirajte LinkedIn životopis tj. polje *Company name* te unesite „Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku” – LinkedIn će vam automatski ponuditi opciju za označavanje Akademije. Ažuriranjem povezujete svoj profil s profilom Akademije čime postajete vidljivi svim posjetiteljima koji kliknu na opciju *People*.
3. Ako ste završili studij na Akademiji preporuka je ažurirati i obrazovni status.

3.2. Oznake

Prilikom objavljivanja sadržaja vezanog uz rad na Akademiji označite Akademiju u objavama. Ovo uključuje, ali nije ograničeno na:

- Znanstvene i umjetničke projekte i njihove rezultate;
- Organizaciju i sudjelovanje na konferencijama i seminarima;
- Predavanja, radionice ili edukacije koje organizirate/provodite;
- Knjige, publikacije ili akademske radove;
- Partnerstva s drugim institucijama ili privatnim sektorom;
- Aktivnosti u okviru suradnje sa studentima i mentoriranje.



4. ZAVRŠNE NAPOMENE



4.1. Što se više neće objavljivati?

- Fotografije loše razlučivosti, neodgovarajuće ekspozicije i perspektive.
- Fotografije istog događanja koje su snimili različiti autori, a u čijoj kvaliteti (razlučivost / stil / oštrina / boja ili obrada) postoji drastično odstupanje.
- Fotografije publike sprijeda → nereprezentativne i u pravilu ne zanimaju pratitelje. Izazovno je uhvatiti dobru fotografiju publike na kojoj svi posjetitelji izgledaju skladno i estetski primjereno (treptanje, zijevanje, nesvjesni i ozlovoljeni pogledi prema kameri, tipkanje po mobitelu i sl.).
- Fotografije publike straga → pretežito se odnosi na fotografije koje nastaju iz sjedećeg položaja iz publike.
- CV gostujućih predavača → društvene mreže nisu pogodne za prikaz opširnih profesionalnih informacija. Svačija se biografija može sažeti na ključne doprinose, npr. institucija/organizacija s kojom je predavač trenutačno povezan, specijalizacija i/ili područje djelovanja, istaknuti projekt/publikacija ili priznanje (400 do 700 znakova max.).

4.2. Završne napomene

Ovdje donesenim smjernicama svrha je osigurati dosljednost i visoke standarde u svim segmentima Akademijine prisutnosti i komunikacije na internetu, odnosno onom dijelu komunikacije na koji možemo utjecati.

Sadržaji koji nisu usklađeni s ovim smjernicama neće biti objavljeni na službenim društvenim mrežama Akademije.

Svaki sadržaj koji je poslan na vrijeme, a koji nije prilagođen za objavu na društvenim mrežama bit će vraćen na ispravak uz upute što je potrebno učiniti. Ako sadržaj ne možete sami prilagoditi, a željeli biste da bude objavljen, potrebno ga je poslati sukladno propisanim rokovima kako bi ostalo dovoljno vremena za prilagodbu.

Nije svaki sadržaj pogodan za objavu na svim društvenim mrežama zbog toga što određeni oblici sadržaja ne koreliraju s ciljom skupinom koja obitava na određenoj društvenoj mreži te potiču opadanje praćenosti i pad angažmana. Stoga, uredništvo društvenih mreža Akademije s ciljem postizanja boljih rezultata zadržava pravo ne objaviti određeni sadržaj.

SVI MAILOVI POSLANI PETKOM IZA 19:00 SATI I TIJEKOM VIKENDA RAZMATRAT ĆE SE TEK OD PONEDJELJKA.