Pripovedovanje zgodb prek družabnih medijev

# Imamo zgodbo za deliti



## Dobrodošli v našem orodnem priročniku!



Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union

### Kako pritegniti občinstvo in pripovedovanje zgodb skozi stoletja

Velike zgodbe oblikujejo naš pogled na svet. To lahko spoznavamo že od malih nog - od gledanja zgodb naših prijateljev na Instagramu do poslušanja nežnih zgodb iz mladosti naših starih staršev in branja grških mitov, kot je tisti o Tezeju, ki premaga Minotavra. Prirojena želja po komunikaciji in sodelovanju z drugimi je ljudi združevala, dokler so imeli zgodbe za zapisovanje. Te pripovedi so ključni element družbene kohezije in kulturnih sprememb ter lahko vodijo do več sklepov o tem, kako družba deluje v odnosu do določenih zanimivih tem.



Creativity Web Tool Kit \* 2022

- Pogosto so najboljši komunikatorji tisti, ki se jim uspe poistovetiti s ciljnim občinstvom, se vživeti v poslušalce in z njimi deliti iste teme, ki jih zanimajo. Še bolje je, če komunikatorji spodbudijo svoje občinstvo k ukrepanju v korist dobrega javnega cilja, kot je današnji aktivizem
- proti podnebnim spremembam.





**Co-funded by** the European Union

### Ali želite jo preizkusiti tudi sami?

Vsi različni elementi, kot so naši miti, zgodovina in nacionalne identitete, so skozi stoletja povezani v številne velike zgodbe o spopadih, vojnah, vodenju, moči, umetnosti in moralnih naukih tistih, ki so živeli pred nami. Miti in pripovedovanje zgodb so bili pogosto mediji za posredno komentiranje aktualnih vprašanj. Ne glede na medij, trajanje ali temo so se skozi leta razvile izpopolnjene tehnike pripovedovanja zgodb, da bi podprle in obogatile pripovedi.

Zato smo pripravili vodnik v šestih korakih, ki vam bo pomagal pri uporabi nekaterih teh tehnik in vas naučil, kako jih uporabiti v digitalni dobi, da bi mlade vključili v prizadevanje za bolj zeleno prihodnost in aktivno državljanstvo.



- 1. <u>Tradicionalno pripovedovanje zgodb | Od Homerja do digitalne</u> dobe (strani 4 - 11)
- 12-33)
- skupin (strani 34 39)
- 4. <u>Sprehod skozi vadnico | Odkrijte moč skupin FB z</u> dvema primeroma (strani 40-75)
- 5. Zakaj uporabljati facebook skupine za kolektivno pripovedovanje zgodb? (strani 76-78)
- družabnih medijev (strani 80 87)

### Naše spletno orodje v enostavnih korakih

- 2. Kako uporabiti družbene medije za pripovedovanje zgodbe
  - primeri na petih različnih platformah družbenih medijev (strani
- 3. <u>Naše orodje: Kolektivno pripovedovanje zgodb z uporabo fb</u>
- 6. <u>Vprašanja in odgovori o objavljanju na drugih platformah</u>

# 1. Tradicionalno pripovedovanje zgodb

Od Homerja do digitalne dobe

Nazaj na kazalo



Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union

## Kaj je tradicionalno pripovedovanje zgodb?

### Umetnost pripovedovanja zgodb

Umetnost ustnega in pisnega pripovedovanja zgodb je bila metoda, ki so jo uporabljale starodavne civilizacije za prenos zgodb.

Grška, etruščanska in rimska civilizacija so za prenašanje zgodb vsem poslušalcem, ki so jih želeli slišati, poleg spomenikov in celo grobnic uporabljale tudi barde ali ustne pripovedovalce zgodb. Po eni od opredelitev Melody Jo Buckner (Univerza v Arizoni, ZDA) tradicionalno pripovedovanje zgodb vključuje pripovedovalca, ki pripoveduje določeno zgodbo enemu ali več poslušalcem, pri čemer uporablja različne besedne tone, fizične geste in obrazno mimiko, da pri poslušalcih vzbudi odzive in sodelovanje. Ta postopek temelji na dejstvu, da se osnovna struktura zgodbe nikoli ne spremeni.

V slovarju IGI Global so tehnike, ki se uporabljajo za tradicionalno pripovedovanje zgodb, opredeljene kot ustaljena ali običajna praksa izmenjave znanja, razlage izkušenj ali posredovanja **kolektivne modrosti culture z** ustnim pripovedovanjem, pisano besedo ali ilustracijami. Večina zgodb ima dramatično krivuljno strukturo z določenim začetkom, sredino in koncem.



## Tradicionalno pripovedovanje zgodb | Od Homerja do digitalne dobe

### Kratka retrospektiva Od Homerja do Janka in Metke

Zgodovina pripovedovanja zgodb sega več tisoč let nazaj. Prve zgodbe so bile izklesane in naslikane v jamah ter so prikazovale prizore in dejavnosti iz vsakdanjega življenja prazgodovinskega človeka, kot sta izdelava orožja in lov na divje živali (največji primer tega je jama Chauvet v južni Franciji). Če potujemo nekoliko dlje v zgodovino, najdemo priljubljene grške pravljičarje, kot sta Ezop in Homer, ki so pripovedovali zgodbe, znane starim Grkom že od 12. stoletja pred našim štetjem. Vse te zgodbe sestavljajo izraz "mitologija" (grška beseda "mythos" pomeni zgodba o ljudeh, "logos" pa govor). Slavna barda sta navduševala občinstvo z ustnimi zgodbami, ki sta jih pripovedovala po spominu, od padca Trojancev do pravljic, kot sta Želva in zajec, pogosto pa jih je spremljala glasba ali igralci.

Poleg mitologije so stari Grki uporabljali tudi "dramo" za raziskovanje sveta, v katerem so živeli, in za raziskovanje, kaj pomeni biti človek. Starogrška drama je imela tri zvrsti: komedijo, satirične igre in najpomembnejšo tragedijo, med katerimi so bili najslavnejši dramatiki Ajshil, Sofokles, Evripid in Aristofan.

Pozneje je drugi odličen primer pripovedovanja zgodb Sveto pismo. Napisana je bila že 1300 let pred našim štetjem in vsebuje zgodbe, mite in legende o kraljih, bogovih in prerokih. To so bile zgodbe in nauki z verskim namenom, ki so se jih ljudje učili ustno, preden so jih zapisali.

## Tradicionalno pripovedovanje zgodb **| Od Homerja do digitalne dobe**

### Kratka retrospektiva **Od Homerja do Janka in Metke**

Morda je naslednji najslavnejši pripovedovalec vseh <del>časov</del> "Bard iz Avona" **William Shakespeare** (1564-1616). Shakespearova dela obsegajo 38 dram, 2 pripovedni pesnitvi, 154 sonetov in številne druge pesmi. Shakespearova zapuščina je tako bogata in raznolika kot njegova dela; njegove igre so bile deležne neštetih priredb v različnih žanrih in kulturah. Njegove igre so trajno prisotne na odrskih deskah in v filmih. William Shakespeare je še vedno ena najpomembnejših literarnih osebnosti angleškega jezika.

## Tradicionalno pripovedovanje zgodb **| Od Homerja do digitalne dobe**

### Kratka retrospektiva **Od Homerja do Janka in Metke**

Kmalu po Shakespearovem obdobju so v številnih delih sveta začele nastajati zgodbe, ki so postale znane kot pravljice. Pravljice so zgodbe, ki segajo od folklornih do sodobnejših zgodb, opredeljenih kot literarne pravljice. Kljub subtilnim razlikam v kategorizaciji pravljic, folklore, bajk, mitov in legend je sodobna opredelitev pravljice, kot jo je v monologu v nemščini podal Jens Tismar, zgodba, ki se razlikuje "od ustne ljudske pripovedi", ki jo je napisal "en sam prepoznaven avtor", ki jo lahko označimo kot "preprosto in anonimno" ter obstaja v spremenljivem in težko določljivem žanru, ki je v tesni povezavi z ljudskimi pravljicami. Pravljice so bile večinoma napisane za otroke. Ustvarjene so bile zato, da bi se otroci v obliki pripovedi naučili osnovnih življenjskih lekcij. Pripovedovalci so bili številni, med njimi pa velja omeniti nemška brata Grimm in njune Grimmove pravljice, Antuna Jusufa Hanna Diyaba z znamenitimi pravljicami o Aladinu in Ali Babi ter štiridesetih razbojnikih iz Tisoč in ene noči, Josepha Jacobsa z Jackom in fižolovim steblom ter desetinami drugih del, Charlesa Perraulta s Pepelko in Spečo lepotico ter Victorja Hugoja z Les Misérables in Notredamskim grbavcem.

## Teorija: Tradicionalno pripovedovanje zgodb **| Od Homerja do** digitalne dobe

### Sodobne oblike **pripovedovanja zgodb**

Sodobna zgodovina pripovedovanja zgodb se je začela z izumom časopisa. Prvi časopis je bil izdan in distribuiran leta 1690 pod naslovom Publick Occurrences Both Foreign and Domestic. Kmalu za tem, leta 1704, je bilo ustvarjeno prvo bostonsko glasilo, ki se je imenovalo The Statute of Anne in je bilo parlamentarno dejanje, ki je postavilo temelje za večstoletno zakonodajo o avtorskih pravicah v Združenem kraljestvu in ZDA.

Prispevka fotografije pozneje v pripovedovanju zgodb sodobne zgodovine nikakor ni mogoče omalovaževati. Dar fotografije v 21. stoletju je impresiven, za vse pa je zaslužen Joseph Nicephore Niepce, ki je bil prvi, ki je posnel fotografijo in jo pokazal svetu. Naslednji, najpomembnejši korak v zgodovini pripovedništva je bil razvoj tiskanih revij Franka N. Magilla v ZDA, ki se je zgodil, ko je množično tiskanje majhnih knjig postalo cenovno dostopnejše. Seveda je bil mejnik 20. stoletja v zvezi s pripovedovanjem zgodb izum filma in, kar je najpomembneje, leta 1939 izum "čarobne škatle", televizije. Družba Nutting Associates je leta 1971 predstavila prvo komercialno videoigro za prodajo. Computer Space je bil igralni avtomat, ki se je upravljal s kovanci. Za razliko od predhodnih arkadnih iger je za prikazovalnik uporabljal televizijski sprejemnik - in s tem je sprožil industrijo videoiger. V osemdesetih letih so ljudje začeli pripovedovati zgodbe in deliti ideje s povsem novim medijem, glasbenimi videoposnetki in posnetki.

## Teorija: Tradicionalno pripovedovanje zgodb **| Od Homerja do** digitalne dobe

### Sodobne oblike **pripovedovanja zgodb**

V današnji družbi jasno vidimo, da je pripovedovanje zgodb izjemno močno prisotno v svetu oglaševanja in seveda v družabnih medijih. V današnjem času imeti račun v družabnih medijih pomeni, da imate dostop do življenja vseh ljudi, ne da bi bili dejansko tam. Z družbenimi mediji iskanje nekoga na internetu še nikoli ni bilo tako enostavno. Internet je ustvaril prostor za bloge, objavljanje fotografij in dogodke, ki se jih lahko udeležite. Družbeni mediji so postali sodoben način pripovedovanja zgodb o naših življenjih in v 21. stoletju so družbeni mediji časovna kapsula za vse človeštvo. Celoten ta razvoj pripovedovanja zgodb, ki smo ga poskušali zajeti v nekaj odstavkih, odraža, kako se ljudje učijo in komunicirajo.

Glas pripovedi to, ali je zapisa računalniku. Zo koncept upora je ostal enak. Na prvi pogled tehnologije za pripovedujete strani ali v oroo videoposnetku

Glas pripovedi bo vedno imel svoje mesto in namen, ne glede na to, ali je zapisan na papirju, ustno izražen ali natipkan na računalniku. Zdaj so se mediji spremenili, čeprav je temeljni koncept uporabe zaporedja dogodkov v razburljivi pripovedi

Na prvi pogled digitalno pripovedovanje zgodb pomeni uporabo tehnologije za pripovedovanje zgodb. Digitalne zgodbe lahko pripovedujete na več načinov, na primer: z besedilom na spletni strani ali v orodju družabnih medijev, s pripovedjo in slikami v videoposnetku ali s pripovedjo v podcastu.

## Teorija: Tradicionalno pripovedovanje zgodb **| Od Homerja do** digitalne dobe

### Kaj je digitalno pripovedovanje zgodb?

Digitalna zgodba je večpredstavnostna predstavitev, ki v pripovedni strukturi združuje različne digitalne elemente, kot so besedilo, slike, video, zvok, elementi družbenih medijev (npr. tviti) in interaktivni elementi (npr. digitalni zemljevidi). Digitalne zgodbe niso le dejstva, predstavljena s spremljajočimi slikami, temveč so pripovedi, ki so oblikovane tako, da poslušalca ali bralca popeljejo na potovanje. Tako kot roman ali dokumentarni film imajo tudi digitalne zgodbe zaplet, like in teme. Digitalno pripovedovanje zgodb je ena od najbolj privlačnih tehnik posredovanja sporočil in informacij.

[...] Digitalno pripovedovanje zgodb združuje najboljše iz dveh svetov: "novi svet" digitaliziranega videa, fotografije in umetnosti ter "stari svet" pripovedovanja zgodb." (Dana Atchley, pionirka digitalnega pripovedovanja zgodb)

Creativity Web Tool Kit \* 2022

11 \* 89

Primeri na 5 različnih platformah družbenih medijev

Nazaj na kazalo



Creativity Web Tool Kit \* 2022

el.





Co-funded by the European Union

## Uporaba družabnih medijev za pripovedovanje zgodbe

### Vidiki, cilji in **vprašanja, ki se porajajo**

Pripovedovanje zgodb v družabnih medijih je postopek uporabe platform družabnih medijev za pripovedovanje zgodb o vaši blagovni znamki, izdelkih, kampanjah, javnih ciljih, podnebju ali čem drugem, kar lahko očara vaše občinstvo.

Pri pripovedovanju zgodb je pomembno ustvariti zanimive zgodbe, ki pritegnejo pozornost ljudi in jih spodbudijo k nekakšnemu sodelovanju. Če to uporabite v družabnih medijih, lahko spletno občinstvo spremenite v svoje goreče privržence. Dobra zgodba v družabnih medijih mora posredovati nekakšen moralni nauk, misli, prepričanja ali filozofijo o svetu in ljudeh. Za pripovedovanje zgodbe naj bi se uporabljalo samo govorjenje. Ali je to res? Ne. Pri družbenih medijih je bolje, da svojo zgodbo pokažete, kot da jo pripovedujete. Z družbenimi mediji imate veliko možnosti za pripovedovanje zgodb na nove načine, ki presegajo meje tradicionalnega pripovedovanja zgodb in tradicionalnega oglaševanja. Čeprav ste morda omejeni na nekatere načine (na primer glede dolžine), imate na voljo številna orodja. To pomeni nekaj preprostega, kot je ustvarjanje prepričljivega videoposnetka, infografike ali celo uporaba osupljive vizualne podobe v kombinaciji s privlačnim naslovom, da resnično prenesete svoje sporočilo.

Preden začnete ustvarjati svojo zgodbo v družabnih medijih, si morate najprej zastaviti nekaj vprašanj: **Kaj je vaš cilj? Kakšno sporočilo želite posredovati? Kdo je vaše občinstvo ali ciljna skupina? Katera čustva želite sprožiti? Ali jih želite spodbuditi, da bi po poslušanju ali ogledu vaše zgodbe sprejeli neko dejanje?** Ko odgovorite na vsa ta vprašanja, ste pripravljeni, da se podate na pot in izberete ustrezna orodja za svoj cilj in namen.

### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

Kakšne zgodbe lahko nekdo pripoveduje s pomočjo družbenih medijev? Zdi se, da današnja resničnost omogoča uresničitev prav vseh vrst zgodb. To je lahko objava na Facebooku o osebnem razvoju nekoga, ki je postal uspešen oglaševalec, ali objava nevladne organizacije o novi kampanji za čisto vodo v afriški vasi ali celo "zakulisna" zgodba iz življenja pop glasbenika, objavljena kot vlog (video blog) na YouTubu.

### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 1. Facebook

Uporabite veliko besed: Ker Facebook ne omejuje števila besed v objavi, lahko napišete poglobljeno zgodbo. Namesto da povzamete ali samo omenite nekaj ključnih točk, je bolje pisati daljše objave na Facebooku.

#### Oglejte si primer:

(@Humans of New York Facebook Page. Začela se je kot fotografski projekt z izčrpnim katalogom prebivalcev mesta, vendar je ustanoviteljica med potjo začela intervjuvati svoje subjekte. Humans of New York ima zdaj več kot dvajset milijonov sledilcev na družabnih omrežjih in svetovnemu občinstvu omogoča vsakodnevni vpogled v življenje neznancev na ulicah New Yorka. Objave so precej dolge in zahtevajo, da ljudje kliknejo "Oglejte si več", vendar so zelo zanimive.





15 \* 89

### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 1. Facebook

Uporabite fotografije/videoposnetke za pripovedovanje zgodbe: Facebook vam omogoča, da objavite fotografije in videoposnetke (do 120 sekund), ki pripovedujejo vašo zgodbo. Na svoji strani lahko objavite več fotografij ali naredite fotoalbum z vrsto fotografij, s katerimi poskušate posredovati svoje sporočilo.

#### Oglejte si nekaj dobrih primerov:

Kmečka zadruga <u>@Organic Valley je</u>izdelala stenski koledar za leto 2014 s fotografijami svojih kmetov, ki jih je nato vključila v fotoalbum na Facebooku.

V objavi smo prebrali: "Osvojite koledar Organic Valley za leto 2014 | Naši koledarji za leto 2014 so prispeli (tako kot novo leto) in 25 jih podarjamo! Kliknite fotografijo vsakega meseca in "všečkajte" svoje najljubše, da boste imeli priložnost zmagati. Srečneže bomo izžrebali v petek, 3. januarja 2014, in jih kontaktirali prek zasebnega sporočila. Zato se udobno namestite, sprostite in veliko sreče!"



16 \* 89

### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 1. Facebook

#### Oglejte si nekaj dobrih primerov:

V tej zanimivi objavi nevladne organizacije @World Bicycle Relief je poudarjeno, da delijo zgodbe o življenjih, na katera so vplivala kolesa, ki so jih razdelili. Ne samo, da zgodbe omogočajo, da je vpliv donatorjev oprijemljiv, z vključitvijo fotografije tudi dobesedno predstavijo obraz svoje organizacije.



World Bicycle Relief

Before becoming a field mechanic, Haward, 54, didn't know anything about bicycles. "Now my life has changed. I can look after my family." he says. "Our children are able to attend school, and our community is developed."... See More



#### 17 \* 89

...

### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 1. Facebook

#### Druge tehnike

Objavite zgodbo na Facebooku: Povejte bežno zgodbo z orodjem Facebookove zgodbe. Te zgodbe so kratke zbirke fotografij in videoposnetkov, ki jih ustvarijo uporabniki in si jih lahko ogledate največ dvakrat, po 24 urah pa izginejo.

Pojdi v živo: Ta tehnika zahteva nekaj priprave, saj se ne morete vrniti nazaj in je popraviti. Poskusite ustvariti zgodbo z uporabo strukture treh dejanj (priprava, soočenje, razrešitev) za videoposnetek v živo. Vsebina vaše predstavitve so lahko nasveti, ki jih želite deliti, video posnetek iz zakulisja,

ali sejo z vprašanji in odgovori.

Creativity Web Tool Kit \* 2022

18 \* 89

### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 2. Instagram

#### Z objavami na Instagramu pripovedujte vizualno zgodbo

Uporabite fotografije s kratkimi napisi. Instagram je vizualni medij, zato je bolje, da se osredotočite na vizualni del, ki ga dopolnjuje malo kopije. Postanite vizualni pripovedovalec zgodb tako, da ustvarite vizualno privlačen profil na Instagramu in hkrati predstavite vznemirljivo zgodbo. Nekaj dobrih primerov si oglejte tukaj:

https://www.instagram.com/airbnb/



Primeri pripovedovanja zgodb na **5 različnih platformah družbenih medijev** 

#### 2. Instagram

Nekaj dobrih primerov si oglejte tukaj:

Organizacija Charity Water

https://www.instagram.com/charitywater/

Creativity Web Tool Kit \* 2022



Primeri pripovedovanja zgodb na **5 različnih platformah družbenih medijev** 

#### 2. Instagram

Nekaj dobrih primerov si oglejte tukaj:

#### National Geographic

https://www.instagram.com/natgeo/

Creativity Web Tool Kit \* 2022



### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 2. Instagram

#### Nekaj dobrih primerov si oglejte tukaj:

To tehniko lahko uporabite tudi s 3, 4, 6 ali 9 enakomerno ločenimi slikami ali videoposnetki, ki tvorijo celoto. Primer si oglejte tukaj: <u>https://www.instagram.com/dimhaidis/.</u>



### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 2. Instagram

### Ustvarite kratek videoposnetek ali bumerang na

#### Instagramu

Ustvarite lahko kratke videoposnetke, ki trajajo do 60 sekund. Za uspeh ne potrebujete osupljivih posnetkov, vendar je bolje upoštevati naslednje smernice: držite se bistva, uporabite napise na zaslonu, ki pomagajo pri pripovedovanju zgodbe, uporabite besedilne napise za razširitev video zgodbe in upoštevajte, da so kvadratni videoposnetki bolj priljubljeni kot krajinski.

#### Primer si oglejte tukaj:

#### https://www.instagram.com/liviasala/.

Profesionalna stilistka za hrano z občinstvom deli, kaj počne med popoldanskim odmorom.

https://www.instagram.com/p/drelgfHX6D/

Creativity Web Tool Kit \* 2022



### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 2. Instagram

#### Kuriranje vsebin, ki jih ustvarjajo uporabniki, na Instagramu

Priljubljena in zelo produktivna ideja za pripovedovanje zgodbe je prek odzivov vašega občinstva. Na Instagramu lahko pripravite ponavljajočo se serijo objav in poskusite doseči, da se vaše občinstvo vključi in odzove tako, da komentira vašo prvotno objavo, vključno s svojo fotografijo. Drug način je, da ustvarite anketo z vprašanjem "Da" ali "Ne" na sporno vprašanje, objavljeno v videoposnetku, ali celo pozovete ljudi, naj ugibajo izid vaših videoposnetkov. Na koncu ankete boste ponovno objavili najzanimivejše odgovore ali preprosto rezultat ankete, s čimer boste tam zaključili svojo zgodbo.

Drugačen način za vzbujanje zanimanja je, da si izmislite značko hashtag, ki odraža vašo temo/ zgodbo, in prosite ljudi, da na svojih računih objavijo kratko zgodbo v zvezi s to temo, vključno s fotografijo. Po koncu te kampanje ponovno objavite najboljše izmed teh zgodb.



#### Oglejte si primer:

V kampanji s hashtagom **#EqualEverywhere je** Fundacija Združenih narodov uporabnike pozvala, naj sprejmejo obljubo in se pridružijo njihovemu boju za enako prihodnost. Poleg donacij so svoje oboževalce prosili, naj uporabijo pripravljene predloge za družbene medije ter delijo sporočilo z družino in prijatelji.

### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### **3.** Twitter

#### **Uporabite hashtag**

Twitter je zelo prijazen do hashtagov, zato je odlična ideja, da ustvarite svoj hashtag, ki bo vašo zgodbo razširil med ljudi. Nato napišite kratek zapis (Twitter dovoljuje le do 280 znakov na tvit), ki izraža vašo temo/poslanstvo/ zgodbo, in prosite ljudi, da ustrezne teme tvitajo z vašim hashtagom.

#### **Oglejte si primer:**

hashtag #HealthyAtHome je dobil veliko pozitivnih odzivov skupnosti Twitter. Vsak uporabnik je na Twitterju objavil svoj predlog o tem, da bi ostal doma. Eden uporabnikom predlaga, naj doma telovadijo z uporabo stopnic, drugi je pokazal svojega psa kot masko - opomnik, politik pa je hashtag uporabil za promocijo sklada, ki ga je namenil najemnikom v svoji regiji.







### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 3. Twitter

#### B. Uporabite funkcijo trenutki Twitterja

Morda boste težko povedali celotno zgodbo v enem samem tvitu. Tu je orodje Twitter Moments, ki vam omogoča ustvarjanje in urejanje daljših vsebin za pripovedovanje zanimivih zgodb. Za začetek potrebujete le naslov, opis, tvite in izbrano naslovno sliko. Trenutek ustvarite tako, da pripravite zbirke pomembnih pogovorov na Twitterju in komentarjev v živo ali pa spletete tvite, ki izražajo močno ali zanimivo sporočilo.

#### Oglejte si primer:

Tukaj je primer revije Allure, ki je uporabila orodje Moments, da bi povedala osebno zgodbo o življenju svojega izvršnega direktorja. Dokazano je, da se ljudje (tukaj stranke) bolj povezujejo z osebnimi zgodbami kot s čimer koli drugim, vključno s pričevanji ali pregledi. Osebne zgodbe krepijo zavedanje o blagovni znamki in zvestobo. Twitter Moments omogoča učinkovito pripovedovanje osebnih zgodb.

Creativity Web Tool Kit \* 2022



### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 4. Youtube

#### Kaj še? Videoposnetek, seveda!

Video je pravzaprav prihodnost vsega: trženja, kampanj v družabnih medijih, izobraževanja itd.

Pozornost ljudi lahko pritegne bolj kot besedilna vsebina. Začnete lahko s serijo videoposnetkov o izbrani temi. Videoposnetki ne smejo biti predolgi; naj bodo kratki, vendar kakovostni.

#### Primer si oglejte tukaj:

Tukaj uporabnik <u>Vegan Sabor</u> pripoveduje svojo zgodbo - recept, ki ga je preizkusil doma - in objavlja ta odličen domači videoposnetek, ki ga je začinil s svojo osebno noto!



#### 27 \* 89

### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 4. Youtube

#### Primer si oglejte tukaj:

Kiril Dobrev v tem videoposnetku odlično ponazarja, kaj lahko stori pripovedovanje zgodb, ki spodbuja čutne dražljaje. Občutka bivanja v Hongkongu ne ponazori zgolj z vizualnimi, temveč tudi s fizičnimi gibi in zvočnimi učinki.





Creativity Web Tool Kit \* 2022

#### 28 \* 89

### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 5. Tik tok

**Tik Tok** je postal ena najhitreje rastočih platform družabnih medijev danes. Aplikacija se je pojavila v več kot 150 državah in ima več kot milijardo uporabnikov. Najljubša je pri starostni skupini od 13 do 40 let. **Nasveti za pripravo objave v aplikaciji Tik Tok:** 

- V pol sekunde takoj pritegnite pozornost občinstva.
- To lahko storite tako, da podate kontroverzno izjavo, ki jih bo pritegnila.
- Takoj določite temo.
- Dodajte informacije in podrobnosti.
- Vključite ljudi.
- Navedite resolucijo.
- Pripravite edinstveno gradivo za Tik Tok, ki ga ni mogoče uporabiti na drugih platformah družbenih medijev. Biti mora avtentično, osredotočeno na človeka in videti intuitivno.

- Pri igri Tik Tok morate biti pozorni na nenehne spremembe, trende in zvoke, ki se pojavljajo vsak dan.
- Nekaj spletnih nasvetov in napotkov za pripovedovanje zgodb na Tik Toku :
  - https://www.youtube.com/watch?v=JAKHI6JwDZg.
  - https://www.youtube.com/watch?v=1\_S-8A1fw2M
  - https://www.cognitomedia.com/our-thinking/four-lessons
  - https://www.tiktokspresenetljivo-radikalno-pripovedovanje-
  - pripovedi-naprava

Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 5. Tik tok

Oglejte si primer: <u>@Gary Vaynerchuk</u>

Njegovi uspešni uvodi vključujejo nekaj kontroverznih izjav, kot so: "Mislim, da je lenoba dobra stvar".



### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

### 5. Tik tok

#### Oglejte si primer: <u>@MrBallen</u>

Pozornost gledalca mu uspe pritegniti tako, da pove nekaj vpadljivega, kot je na primer: "Do konca tega videoposnetka, ki ga gledate, boste želeli v Googlu

poiskati tri besede".

Creativity Web Tool Kit \* 2022



Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev

#### 5. Tik tok

Tik Tok je priljubljen tudi med novičarskimi organizacijami, kot sta NBC (@staytunednbc) in Washington Post (@washingtonpost), da bi dosegel mlajše občinstvo.



### Primeri pripovedovanja zgodb na 5 različnih platformah družbenih medijev



33 \* 89

# **B. Naše** Orodje

Cilj, glavne značilnosti in osnovni koraki ustvarjanja

Nazaj na kazalo



Creativity Web Tool Kit \* 2022



\* \* \* \* \* \* \* \* \*

Co-funded by the European Union

## Naše orodje: Kolektivno pripovedovanje zgodb <mark>z uporabo</mark> **skupin FB**

### Uvod

Glede na raziskave so družbeni mediji mladim državljanom, kot ste vi, ponudili nove priložnosti za interakcijo z informacijami in organiziranje dejavnosti. Prilagajanje teh načinov je najbolj vidno med vašimi vrstniki (mladimi, starimi od 16 do 30 let), ki so potopljeni v družbene tehnologije in najmanj zavezani starejšim vzorcem državljanstva in uporabe informacij. Vendar je opaziti, da mladim primanjkuje znanja o tem, kako učinkoviteje posredovati sporočila, zato je treba razviti njihove komunikacijske spretnosti. **Orodje**, ki ga raziskujemo in vam ga predstavljamo, je namenjeno ključnemu cilju, in sicer izobraževanju ljudi, kot ste vi, ki se že ukvarjate z aktivnim državljanstvom, o tem, kako povečati učinek svojih komunikacijskih spretnosti v družbenih medijih.

## Cilj orodja

### Kolektivno pripovedovanje zgodb prek družbenih medijev (skupine FB)

Cilj je vključiti javnost, natančneje umetniško in ustvarjalno skupnost, v politični dialog o podnebnih spremembah, spodbuditi k ukrepanju z zgodbo in izmeriti učinek.

Našo ciljno skupino (mlade) opremiti z orodji za osebno opolnomočenje, zagovorništvo in izražanje, ki so alternativa fizičnemu političnemu dialogu in interakciji iz oči v oči. Omogoča pripovedovanje zgodb v skupnosti, ki ga ustvarjajo umetniki, mladinske organizacije, mladinski delavci in nestrokovnjaki, z uporabo besedilnega in vizualnega gradiva, ki se deli na družbenih omrežjih. Prav tako daje priložnost za predstavitev dejstev, misli, dogodkov in dejavnosti od koder koli in v kakršnih koli okoliščinah.

Zagotavlja dinamiko kolektivnega ustvarjanja.
# Osnovne **značilnosti** orodja

## Kolektivno pripovedovanje zgodb prek družbenih medijev (skupine FB)

Orodje, ki ga bomo raziskali tukaj, uporablja predvsem funkcijo skupin na Facebooku za kolektivno (sodelovalno) pripovedovanje zgodb.

To ne izključuje uporabe drugih družbenih medijev, kot so Instagram, Twitter ali Tik Tok, ki se lahko uporabljajo vzporedno in v istem obsegu (čeprav imajo različne funkcionalne značilnosti).

Zaradi priročnosti bomo med razlago, kako sestaviti orodje, navedli tudi primer zgodbe, ki jo želimo povedati.

"Futuristična zgodba"

Po tem bomo navedli še en primer, imenovan <u>"Nikova zgodba o</u> Astipalaji" (str. 74), ki je nekoliko drugačen, saj ne vsebuje kolektivne pripovedi, temveč individualno.

## Ko boste na vrsti za uporabo orodja, boste seveda izbrali svojo zamisel za zgodbo. Naša zamisel je pripovedovati futuristično zgodbo, ki opisuje družbo v času, ki z vidika tehnologije, okolja in skupnosti ni tako daleč od sedanjosti. Ko bomo torej razgrnili korake ustvarjanja orodja, si lahko analitično ogledate korake za izgradnjo skupine Fb z imenom

# Naše orodje: Osnovni koraki ustvarjanja

## Kolektivno pripovedovanje zgodb prek družbenih medijev (skupine FB)

Tukaj si lahko na **kratko** ogledate, kako sestaviti orodje v **šestih glavnih** korakih.

(koraki 2, 3 in 4 so **podrobno** opisani na naslednjih straneh/poglavjih):

- 1. Zamislite si zgodbo, ki jo želite povedati. Administrator skupine poišče glavno idejo zgodbe, ki jo želi pripovedovati, in močno ime/naslov za svojo skupino na Facebooku. V tem primeru smo izbrali zamisel o futuristični zgodbi, ki opisuje družbo v času, ki z vidika tehnologije, okolja in skupnosti ni tako daleč od zdaj, in skupino poimenovali "Futuristična zgodba".
- 2. Ustvarite skupino v Facebooku. Odslej se boste imenovali "administrator".
- 3. Kako sestaviti primer "Futuristična zgodba": Administrator objavi album z vizualnim gradivom znane ali manj znane umetnosti, povezane z zgodbo, ki jo želi razviti. Cilj je sprožiti navdih pri prihodnjih članih skupine in delovati kot usposabljanje o moči umetnosti kot komunikacijskega sredstva.

življenja v naravi itd.

## 4. Napišite pozdravno objavo, v kateri članom skupine pojasnite, kaj želite, da počnejo. V napis lahko napišete uvod zgodbe, ki jo želite razviti, npr. "Nekoč,

nedaleč stran od naših dni, je bil kraj, kjer so živeli ljudje....".

Upravitelj zagotovi tudi ključne besede v hashtagih (ter edinstven #, ki ga lahko uporabljajo vsi), ki jih je treba uporabiti v zgodbah in/ali dodati vizualnemu gradivu. Hashtagi bodo uporabljeni tako, da bo mogoče najti in prebrati vse epizode zgodb, objavljene na strani skupine.

Člani skupine so vabljeni, da nadaljujejo zgodbo, ki ste jo izbrali za pripovedovanje. Pri pisanju svojega podpisa lahko uporabijo poljubno število besed. Za vizualni del lahko izberejo dele albuma, ki ste ga že zagotovili in jih najbolj navdihuje, ali pa naložijo novo vizualno gradivo, ki so ga ustvarili sami (slika, video), ali gradivo drugega umetnika (z navedbo napisov). Zgodbe, ki jih ustvarijo člani, so lahko pravljice, poezija, proza, pripoved ali celo distopija. Člane spodbujamo, da ustvarijo like in kraje za to družbo, dodajo avtobiografske elemente, čustva in misli, osebne izkušnje

# Naše orodje: Osnovni koraki ustvarjanja

## Kolektivno pripovedovanje zgodb prek družbenih medijev (skupine FB)

- Člani skupine lahko komentirajo druge objave. Sodelovanje občinstva se sproži z všečkanjem, deljenjem in komentiranjem vsebine. Pričakuje se, da bodo dejanja občinstva okrepila orodje in pritegnila več ljudi k sodelovanju in prispevanju k pripovedi.
- 6. Ko končate z ustvarjanjem skupine, prve objave itd., lahko račune z isto temo in v enakem obsegu vzpostavite tudi na drugih platformah družabnih medijev, kot so Instagram, Twitter, Tik Tok itd.
  Tam boste morali kot skrbnik posodabljati vsebino z objavami članov skupine fb (potem ko jih boste prosili za dovoljenje).

39 \* 89

# 4. Učna navodila za sprehod

Odkrijte moč skupin FB in ne le osnovnih funkcij. S primeri pojdite korak za korakom: **Ustvarjanje-Struktura-Kuratorska sredstva** 

Nazaj na kazalo



Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union

## Korak 2\*

## Najprej: Kako ustvariti skupine orodja na Facebooku korak za korakom

Upravitelj (vi) mora imeti profil na Facebooku. Ko se vpišete v svoj profil fb, lahko ustvarite skupino fb in postanete upravitelj.

#### Upoštevajte nekaj splošnih točk:

- Ustvarite javno skupino, v kateri lahko sodelujejo vsi.
- Izberite močno ime za svojo skupino. To mora biti nekaj, kar jasno opredeljuje in opisuje njen cilj.
- Napišite jasen opis svoje skupine.
- Napišite prvo pozdravno objavo, v kateri opišite, kaj pričakujete od članov skupine. Prosite jih, naj sledijo ustvarjalnemu procesu, za katerega ste se že odločili in ki je prav tako opisan v razdelku "informacije o skupini".

- skupino.
- objave.
- ntent

\*Za korak 1 glejte prejšnje poglavje (<u>str. 37</u>)

Creativity Web Tool Kit \* 2022

Povabite ljudi (svoje prijatelje), da postanejo člani skupine. Poiščete lahko tudi ljudi, ki niso vaši prijatelji v FB, in jim pošljete prošnjo za prijateljstvo, da postanejo vaši prijatelji, nato pa jih lahko povabite v

Vsebina strani je kolektivno izdelana. Člani prispevajo svoje komentarje in vizualne prispevke v skladu s smernicami. Administrator skupine (vi) skrbi za vsebino in odobri ali zavrne

\*Preberi celotno navodilo o značilnostih in potencialih skupin na Facebooku in prednosti <u>v poglavju 5, stran 76</u>.

Več smernic za upravljanje skupine si oglejte tukaj: https://www.facebook.com/help/1686671141596230?helpref=aboutco

V svojem profilu fb kliknite ikono DOMOV. Nato kliknite na ikono ob svoji fotografiji in imenu, kliknite Ustvari.



#### Menu

Q Se	arch Menu	Crea	ate
Social			Post
*	Events Organise or find events and other things to do online and nearby.		Story
	Friends Search for friends or people you may know.		Room
8	Groups Connect with people who share your interests		Page
•	News Feed See relevant posts from people and Pages that you follow.	•	Group
	Pages Discover and connect with business on Facebook.	8	Event
Enter	rtainment	٢	Marmetplace Listing
5	Gaming video Watch and connect with your favourite games and streamers.		
+•	Play games Play your favourite games.		
D	Watch A video destination personalised to your interests and connections.		
Shopping			
	Facebook Pay A seamless, secure way to pay in the apps		

Povabite svoje prijatelje, vendar najprej **nastavite naslov in raven zasebnosti** 

- 1. Napišite ime skupine: "Futuristična zgodba"
- 2. Nastavite raven zasebnosti (Javno ali Zasebno): Izberite "Javno" (vsakdo lahko vidi, kdo je v skupini in kaj objavlja).
- 3. Povabite prijatelje (to lahko pustite za pozneje, ko boste dokončali razdelke svoje skupine).
- 4. Kliknite "Ustvari".

	n 1 -	
Futuristic	c tale	
O Put	ose privacy Dlic	
Invite frie	ends (optional)	

besktop preview	<b>P</b> 0
Group name	
Group privacy · 1 member	
About Posts Members Events	
What's on your mind?	About
Photo/video 🎥 Tag people 🍚 Feeling/Activity	🗥 General

Upravljanje skupine: **Vmesnik** 

Navpični meni na levi strani z vsemi skrbniškimi orodji in orodji za nastavitve. **Oglejte si naslednje strani za analitično razlago.** 

Public group	
습 Home	
⊘ Overview ∧	
Admin tools	
Admin Assist	
🛛 0 actions, 0 criteria	Futuristic Tale
A Member requests	Public group      • 9 members
Padeos seguests	
D new today	
Badges requests 0 new today දී: Membership questions	About Discussion Rooms Topics Members Events N
Badges requests       0 new today       Age       Membership questions       Pending posts       0 new today	About Discussion Rooms Topics Members Events M
D new today       @       Membership questions       @       Pending posts       0 new today       @       Scheduled posts	About Discussion Rooms Topics Members Events M About this group
Deaduges requests       0 new today       Pending posts       0 new today       D new today       Scheduled posts       C       Activity log	About Discussion Rooms Topics Members Events M About this group Public Anyone can see who's in the group and what they post.
<ul> <li>Badges requests 0 new today</li> <li>Membership questions</li> <li>Pending posts 0 new today</li> <li>Scheduled posts</li> <li>Activity log</li> <li>Group rules</li> </ul>	About Discussion Rooms Topics Members Events M About this group Public Anyone can see who's in the group and what they post. Visible Anyone can see this group
D new today         Images requests         Images requests <td>About Discussion Rooms Topics Members Events M About this group About this group Public Anyone can see who's in the group and what they post. See Charlenge Anyone can see this group Anyone can see this group</td>	About Discussion Rooms Topics Members Events M About this group About this group Public Anyone can see who's in the group and what they post. See Charlenge Anyone can see this group Anyone can see this group
Draw today       Original posts       Original pos	About Discussion Rooms Topics Members Events M About this group About this group Public Anyone can see who's in the group and what they post. Public Anyone can see this group Anyone can see this group A
Drew today       Oriew today       Membership questions       Pending posts Oriew today       Oriew today       Scheduled posts       C       Activity log       Group rules       Image: Conserved content Oriew today       Member-reported content Oriew today       Moderation alerts Oriew today	About Discussion Rooms Topics Members Events M About this group Public Anyone can see who's in the group and what they post. Single Anyone can see this group Anyone can see this



Tu lahko urejate naslovno fotografijo skupine

Vodoravni meni na sredini z 6 razdelki.

Glavne značilnosti skupine

Navpični meni z orodji za upravitelja

## Administrativni pomočnik:

Tu sprejemate vse pomembne odločitve. v zvezi z objavami in komentarji:

- Katere vrste objav mora Admin Assist zavrniti?
- Katere vrste objav mora Admin Assist odstraniti?
- Katere vrste objav naj Admin Assist izklopi komentiranje?
- Katera so merila za zavrnitev pripomb?
- Na voljo je tudi samodejni pomočnik, ki lahko ukrepa v vašem imenu po vaših navodilih!

M	anage gro
₲	Home
	Overview
Adr	nin tools
Ø	Admin Assist O actions, O criteri
$\overset{\circ}{\bigcirc}$	<b>Participant requ</b> O new today
	<b>Badges request</b> O new today
٢ţ	Participation q
FC	<b>Pending posts</b> O new today
	Scheduled post
()	Activity log
	Group rules
ß	<b>Member-report</b> O new today
μ	<b>Moderation ale</b> O new today
Ê	Group Quality
ଚ	Group grow

	Ø
	-
Admin Assist	
Save time, protect your group and accomp automatic actions	lish more with
How does it work?	
Add or edit criteria • 0	
You're in control. Customise criteria to efficiently n	nanage your group/
Manage people • 0	^
Aprove member request if	Add
Decline member request if	Add
Manage posts • 0	^
Decline incoming post if	Add
Remove incoming post if	Add

45 \* 89

Navpični meni z orodji za upravitelja

## Zahteve za značko:

To je funkcija, ki velja za člane skupine in tudi za upravitelja. Člani lahko izberejo značke in tako ljudem pokažejo, kdo so ali kaj so dosegli v skupini. Če pridobijo značko in dovolijo njen prikaz, bo prikazana v njihovih objavah, komentarjih in profilu skupine. Kot upravitelj lahko članom skupine predlagate, da izberejo značko. Kot upravitelj lahko za sebe izberete dve znački: upravitelj ali moderator.

#### Za člane skupine: Kako izbrati značko in jo namestiti ob njihovem profilu?

- Tapnite **Skupine** in izberite skupino.
- Tapnite svojo **profilno fotografijo** na levi strani "Napišite nekaj...", da odprete svoj profil člana.
- V svojem profilu člana tapnite **Uredi profil**.
- Pomaknite se navzdol do **Značke in** tapnite **Uredi**.
- Izberite **oznake, ki** naj se prikažejo na objavah skupine, in tapnite Končano.

M	anage group
₲	Home
	Overview
Adr	nin tools
۲	Admin Assist O actions, O criteria
$\stackrel{\diamond}{\bigcirc}$	<b>Participant requests</b> O new today
	Badges requests O new today
රු	Participation questions
F	<b>Pending posts</b> O new today
⊞	Scheduled posts
()	Activity log
	Group rules
8	Member-reported content O new today
IJ	Moderation alerts O new today
Ê	Group Quality
ଚ	Group grow

Navpični meni z orodji za upravitelja

## Zahteve za značko:

Izbirate lahko med različnimi vrstami značk:

Moderator je podoben administratorju, vendar ima manjšo domeno.

#### Več informacij najdete tukaj:

https://www.facebook.com/help/901690736 606156

**Vizualni pripovedovalec zgodb!** Ta se zdi kot nalašč za naše orodje, katerega cilj je deliti slike, videoposnetke in besede, da bi povedali \_ zgodbo in z njo pritegnili druge.

AdminGroup adminsAccept an invitation to be an admin of the groupUntil an admin turns badge off for the gr Or Until an admin deci to display the badg nameModeratorGroup moderatorsAccept an invitation to be a moderator of the groupUntil an admin turns badge off for the gr Or Or Until an admin turns badge off for the gr Or Until a group expert for demonstrating knowledge on topics that the group cares aboutUntil an admin turns badge off for the gr Or Until a group memt decides on to display the badg nameFounding member Note: This badge is only variable in groups created after 17 July 2018Group membersShare, invite people to join or post in a new groupUntil an admin turns badge off for the gr Or Until an admin decide of the group nameNew memberGroup membersJoin a groupTwo weeks, unless a turns this off for the group name	
Moderator         Group moderators         Accept an invitation to be a moderator of the group         Until an admin turns badge off for the group or           Group expert Note: This badge isn't available in all groups         Eligible group members, admins and moderators         Accept an invitation to be a group expert for demonstrating knowledge on topics that the group cares about         Until an admin turns badge off for the gr Or           Founding member         Founding member         Group members         Share, invite people to join or post in a new group         Until an admin turns badge off for the gr           Note: This badge is only available in groups created after 17 July 2018         Group members         Share, invite people to join or post in a new group         Or           New member         Group members         Join a group         Two weeks, unless a turns this off for the group	this oup des not e by their
Group expert Note: This badge isn't available in all groupsEligible group members, admins and moderatorsAccept an invitation to be a group expert for demonstrating knowledge on topics that the group cares aboutUntil an admin turns badge off for the gr Or Until a group membr decides not to displ badge by their namFounding member Note: This badge is only available in groups created after 17 July 2018Group membersShare, invite people to join or post in a new groupUntil an admin turns badge off for the gr Or Until an admin turns the group membersNew memberGroup membersShare, invite people to join or post in a new groupOr Until an admin decide to display the badge nameNew memberGroup membersJoin a groupTwo weeks, unless a turns this off for the gr	this oup des not e by their
Founding member       Note: This badge is only available in groups created after 17 July 2018       Group members       Share, invite people to join or post in a new group       Or       Until an admin turns badge off for the group         New member       Group members       Group members       Din a group       Two weeks, unless a turns this off for the	ethis oup er ay the e
New member         Group members         Join a group         Two weeks, unless a turns this off for the	this oup des not e by their
	n admin group
Rising star         Group members         Create engaging posts within the first month of joining a new group         One month, unless a turns this off for the	n admin group
Conversation starter         Group members         Create posts that other members engage with regularly         One month, unless a turns this off for the	n admin group
Visual storyteller         Group members         Share images and videos that others engage with regularly         One month, unless a turns this off for the	n admin group

Manage group			
₲	Home		
	Overview		
Adr	nin tools		
$\bigotimes$	Admin Assist O actions, O criteria		
$\stackrel{\circ}{\supset}$	<b>Participant requests</b> O new today		
■	Badges requests O new today		
රිසු	Participation questions		
F	<b>Pending posts</b> O new today		
⊞	Scheduled posts		
()	Activity log		
	Group rules		
8	<b>Member-reported content</b> O new today		
μ	<b>Moderation alerts</b> O new today		
Ê	Group Quality		
ଚ	Group grow		

#### 47 \* 89

Navpični meni z orodji za upravitelja

## Čakajoče objave:

Tu lahko preverite, ali so v skupini kakšne objave članov, ki jih še niste videli in odobrili, da bi jih lahko objavili.

Manage group			
₲	Home		
	Overview		
Adr	nin tools		
$\bigotimes$	Admin Assist O actions, O criteria		
$\hat{\Box}$	<b>Member requests</b> O new today		
	Badges requests O new today		
<b>å</b> ₹	Membership questions		
F	<b>Pending posts</b> O new today		
	Scheduled posts		
(L)	Activity log		
	Group rules		
8	<b>Member-reported content</b> O new today		
IJ	<b>Moderation alerts</b> O new today		
Ê	Group Quality		
ଚ	Group grow		

Creativity Web Tool Kit \* 2022

#### Save time with Admin Assist

Automatically decline posts based on criteria you set up and control.



#### No pending posts

There are no pending posts to review

Prihranite čas s pomočnikom administratorja! To pomeni, da lahko aktivirate svojega samodejnega pomočnika, ki bo v vašem imenu ukrepal v skladu z vašimi smernicami.

Set Up

Navpični meni z orodji za upravitelja

### Načrtovane objave:

Tu lahko načrtujete objave, ki bodo na izbrani datum in ob izbrani uri posredovane skupini.

Μ	anage group
	Home
	Overview
Adr	nin tools
$\bigotimes$	<b>Admin Assist</b> O actions, O criteria
$\stackrel{\diamond}{\frown}$	<b>Member requests</b> O new today
	Badges requests O new today
රු	Membership questions
F	<b>Pending posts</b> O new today
	Scheduled posts
J	Activity log
	Group rules
8	Member-reported content O new today
IJ	<b>Moderation alerts</b> O new today
Ê	Group Quality
ଚ	Group grow

Creativity Web Tool Kit \* 2022



49 \* 89

Navpični meni z orodji za upravitelja

## Dnevnik dejavnosti:

Tu lahko pregledate dejavnosti članov skupine, kdo in kdaj se jim je pridružil, datum prijave ali druge filtre.

Manage group			
	Home		
	Overview		
Adı	nin tools		
۲	<b>Admin Assist</b> O actions, O criteria		
$\hat{\Box}$	<b>Participant requests</b> O new today		
	<b>Badges requests</b> O new today		
රින	Participation questions		
F	<b>Pending posts</b> O new today		
	Scheduled posts		
0	Activity log		
	Group rules		
8	Member-reported content O new today		
ļ	<b>Moderation alerts</b> O new today		
Ê	Group Quality		
ଚ	Group grow		

Creativity Web Tool Kit \* 2022

Activity Log	g			
Clear Filters	28 April 2022 🗙	Admins and moderators 💌	Members •	More filters

Navpični meni z orodji za upravitelja

## Pravila skupine:

Tu lahko napišete do 10 pravil, ki bodo določala slog skupine in pomagala preprečevati konflikte med člani.

Manage group			
Ġ	Home		
	Overview		
Admin tools			
	Admin Assist O actions, O criteria		
$\stackrel{\diamond}{\frown}$	<b>Member requests</b> O new today		
	Badges requests O new today		
රු	Membership questions		
F	<b>Pending posts</b> 0 new today		
	Scheduled posts		
()	Activity log		
	Group rules		
8	Member-reported content 0 new today		
Ţ	Moderation alerts O new today		
Ê	Group Quality		
ଚ	Group grow		

Creativity Web Tool Kit \* 2022

	Create rule	×
xample rules		
Be kind and courteous	No hate speech or bullying	
No promotions or spam	Respect everyone's privary	
/rite your own		
Title		
Description		
	Cancel	Create

## Tu lahko najdete pripravljena pravila ali pa napišete svoja.

Oglejte si naš primer pod naslovom "Relevantnost".

Navpični meni z orodji za upravitelja

## Vsebina, o kateri poročajo člani:

Tu lahko preverite, ali vam je član vaše skupine prijavil kakšno vsebino.

Vsebina, ki jo je prijavil član skupine na Facebooku, je vsebina, na katero član skupine na Facebooku **opozori** upravitelja skupine na Facebooku ali organe Facebooka, da je <u>žaljiva,</u> <u>nezakonita, žaljiva ali da krši pravila o avtorskih pravicah.</u>

Manage group			
	Home		
	Overview		
Adı	min tools		
$\bigotimes$	<b>Admin Assist</b> O actions, O criteria		
$\stackrel{\diamond}{\frown}$	<b>Member requests</b> O new today		
	<b>Badges requests</b> O new today		
රු	Membership questions		
F	<b>Pending posts</b> O new today		
	Scheduled posts		
U	Activity log		
	Group rules		
8	<b>Member-reported content</b> O new today		
IJ	<b>Moderation alerts</b> O new today		
Ê	Group Quality		
ଚ	Group grow		

Creativity Web Tool Kit \* 2022



## Upajmo, da tu ne boste imeli nobene prijavljene vsebine! 💿

Navpični meni z orodji za upravitelja

# Opozorila za moderiranje (ključna beseda in sodelovanje):

To je zelo koristno, saj vas opozori vsakič, ko član uporabi besedo, ki je niste dovolili, prav tako pa vas opozori, ko objave/komentarji članov vaše skupine pritegnejo veliko odziva in sodelovanja.



Manage group		
Ġ	Home	
	Overview	
Adı	nin tools	
$\bigotimes$	<b>Admin Assist</b> 0 actions, 0 criteria	
$\stackrel{\diamond}{\frown}$	<b>Member requests</b> O new today	
	<b>Badges requests</b> O new today	
රින	Membership questions	
F	Pending posts O new today	
Ħ	Scheduled posts	
U	Activity log	
	Group rules	
8	Member-reported content O new today	
<b>W</b>	<b>Moderation alerts</b> O new today	
Ê	Group Quality	
ଚ	Group grow	

Creativity Web Tool Kit \* 2022

← Keyword alerts	×
Keyword alerts tell you when members use certain words or phrases in your group.	
Add keyword Climate change, protest	Add

Na primer, vnesli smo ključne besede: **podnebne spremembe in protesti.** 

Tu lahko izberete, ali		
<b>bodo</b> objave, všečki,		
komentarji in delitve		
sprožili opozorilo.		



Navpični meni z orodji za upravitelja

## Kakovost skupine:

Ta funkcija vas, skrbnika, ščiti pred pred morebitnimi kršitvami pravil Facebooka.



Creativity Web Tool Kit \* 2022

# Guará Crew Corp Quality Image: Corp of the series of approve posts that don't follow the rules, that's considered more serious and can put the group at risk of restrictions. Image: Corp of the series of approve posts that don't follow the rules, that's considered more serious and can put the group at risk of restrictions. Image: Corp of the series of approve posts that don't follow the rules, that's considered more series and can put the group at risk of restrictions. Image: Corp of the series of

Navpični meni z orodji za nastavitve | Nastavitve skupine

## Upravljanje razprave



Creativity Web Tool Kit \* 2022

Manage advanced settings			
Linked Pages No linked Pages			
Recommended groups No recommended groups			
Apps No apps			

Participation	
Paticipant approval Off	
Who can participate in the group Only profiles	

Manage membership	
Who can join the group Profiles and Pages	1
Who can approve member requests Anyone in the group	
Who is pre-approved to join Nobody	

#### Nastavitve skupine:

To je razširjeno in zelo pomembno poglavje, v katerem morate izpolniti vsa naslednja podpoglavja:

- 1. Vzpostavitev skupine
- 2. Prilagoditev skupine
- 3. Sodelovanje
- 4. Upravljanje razprave
- Dodano v skupino (oblika objave in značke)
- 6. Upravljanje naprednih nastavitev

Na naslednjih straneh analitično pojasnjujemo vsak oddelek.

Navpični meni z orodji za nastavitve | Nastavitve skupine

#### Naš primer

Ime: Futuristična zgodba

**Opis:** Ta skupina je narejena z namenom, da skupaj pripoveduje zgodbo. Člani skupine sledijo navodilom administratorja, da povedo futuristično zgodbo in tako z besedami in vizualnimi podobami prispevajo h kolektivni zgodbi z naslednjo temo: Opisati družbo v ne tako oddaljenem času glede tehnologije, okolja in skupnosti. Z drugimi besedami, kako si predstavljate našo družbo čez nekaj let.

**Zasebnost:** Javnost. Zasebne skupine ne morejo spremeniti statusa v javni. Javne skupine lahko spremenijo status v zasebne. V vašem primeru želite ustvariti javno skupino.

Skrijte skupino: Vidno

Lokacija: (nobena)

#### Set up group Hide group Visible $\bigcirc$ Anyone can find this group Hidden 0 Only members can find this group. Public groups can only be visible. Save Privacy Public $\bigcirc$ Anyone can see who's in the group and what they post. $\bigcirc$ Only members can see who's in the group and what they post Private groups can't be changed to public to protect the privacy of group members. Learn more Location This group's locations Cance Save

#### 56 \* 89

Navpični meni z orodji za nastavitve | Nastavitve skupine

#### Naš primer

**Spletni naslov:** www.facebook.com/groups/futuristictales/

#### Barva skupine: zelena

**Oznake:** Izberite značke, ki jih lahko ljudje pridobijo in prikažejo v tej skupini. Oznake se prikažejo ob imenu osebe v njenih objavah, komentarjih in profilu te skupine ter so vidne samo članom. Izbrali smo 3 značke: "admin", "new member" in "visual storyteller".

**Pripadnost skupini:** Dodate lahko pripadnost skupini, da pokažete, da je določena oseba ali organizacija upravitelj skupine. Ime upravitelja bo prikazano na dnu naslovne fotografije skupine. Izbrali smo možnost brez pripadnosti, vendar če želite, lahko omogočite, da je vaš profil/imeno vidno članom vaše skupine.

**Vrsta skupine:** Izberite vrsto in pridobite funkcije, ki ustrezajo potrebam vaše skupine. Vrsto skupine lahko kadar koli spremenite. Na voljo so naslednje možnosti: "splošno", "nakup in prodaja" in "igre na srečo".

#### **Customise group**

Web address www.facebook.com/g

Group colour

Badges 6 badges

Group affiliation No affiliation

**Group type** General

#### 57 \* 89

oup	
groups/245060602546129/	
	-
	-

Navpični meni z orodji za nastavitve | Nastavitve skupine

#### Naš primer

**Odobritev udeležencev:** To je pomembna funkcija. Izberite, ali morate udeležence najprej odobriti vi, upravitelj ali moderator, da lahko objavljajo in komentirajo naprej. Še vedno bodo v skupini podvrženi drugim oblikam moderiranja. Izbrali smo: izklopljeno

Kdo lahko sodeluje v skupini: Izbrali smo "samo profili".



Paticipant approva

Who can participat Only profiles

al	
te in the group	<b>*</b>

Navpični meni z orodji za nastavitve | Nastavitve skupine

#### Naš primer

**Odobri vse objave članov:** Tu lahko izberete, ali boste vi, administrator (ali moderator) morali odobriti objave članov ali ne.

Izbrali smo možnost, da najprej odobrimo objave.



#### Manage discussion

Who can post Anyone in the group	
Approve all member posts	
Sort comments	
Approve edits Off	
Default tab	
Discussion	
Default post	
Write something	
Post shortcuts	
Reel, Photo, Room	
Post formats	
Anonymous posting Off	

#### Sort comments

This setting applies to all posts in the group by default. Members can still change the order they see comments if they want.

 Suggested default

 Automatically show comments in whichever order encourages participation in the group.

 Top comments

 Show the most engaging comments first.

 Most recent

 Show the the newest comments first.

 All comments

 Show all comments in chronological order, including potential spam.

 Cancel

**Razvrsti komentarje:** Tu lahko določite način prikazovanja komentarjev. Ta nastavitev privzeto velja za vse objave v skupini. Člani lahko še vedno spremenijo vrstni red prikazovanja komentarjev, če želijo.

Izbrali smo privzeto možnost.

Navpični meni z orodji za nastavitve | Nastavitve skupine

#### Naš primer

**Potrditev popravkov:** Kako upravljati urejanje objav.

Odločili smo se, da lahko člani skupine neposredno urejajo svoje objave.



#### Manage discussion

Who can post Anyone in the group	-
Approve all member posts Off	-
Sort comments Suggested default	
Approve edits Off	
<b>Default tab</b> Discussion	
<b>Default post</b> Write something	
<b>Post shortcuts</b> Reel, Photo, Room	-
Post formats	
Anonymous posting Off	

Creativity Web Tool Kit \* 2022

Default post	×
Choose the format that works best for your group.	
Write someting	0
Choose a photo	0
What are you selling?	0
Cancel	Save

**Privzeta pošta:** Tu izberete obliko okna objave, ki bo se bo pojavilo vsakič, ko bo nekdo nekaj objavil, ali bo "Napiši nekaj" ali "Izberi fotografijo" itd.

## Korak 2 | Kako ustvariti skupino Navpični meni z orodji za nastavitve | Nastavitve skupine



**Anonimna objava:** Tu lahko izberete, ali lahko nekdo v skupini objavlja anonimno.

Izbrali smo možnost "izklopljeno".

61 \* 89

## **Korak 2 | Kako ustvariti skupino** Navpični meni z orodji za nastavitve **| Nastavitve skupine**

## Dodano v skupino



# Upravljanje naprednih nastavitev Manage advanced settings Linked Pages No linked Pages No recommended groups No recommended groups

Tu lahko dodate možnosti, da boste vi in drugi kar najbolje izkoristili svojo skupino, in izberete gumbe, ki bodo prikazani na vrhu skupine in ko nekdo objavi objavo.

Creativity Web Tool Kit \* 2022

**Povezane strani:** Če upravljate druge strani, jih lahko povežete s svojo skupino. Vsaka stran bo postala skrbnik skupine, vsi skrbniki, moderatorji in uredniki strani pa bodo lahko upravljali skupino. Te vloge lahko upravljate v nastavitvah vsake strani ali pa lahko povezavo s skupino kadar koli prekličete.

**Priporočene skupine:** Priporočite lahko druge skupine, za katere želite, da jih člani poznajo.

**Aplikacije:** Tukaj dodate aplikacije, ki bodo aktivne v vaši skupini. To pomeni, da lahko vidijo objave in komentarje v skupini, ne pa tudi, kdo jih je napisal. Dostop teh aplikacij do vaših podatkov lahko urejate v osebnih nastavitvah za to skupino.

Navpični meni z orodji za nastavitve | Nastavitve skupine

### **Dodane funkcije**

Dodajte funkcije: Tu so na voljo 4 pododdelki

- Oblike prispevkov
- Zbirke funkcij
- Oznake
- Druge funkcije

Manage group	Post formats
G Avaniau	Choose which kinds of this community.
Admin tools	Events Schedule onlin
Admin Assist       0 actions, 0 criteria	<b>Files</b>
Participant requests 0 new today	
Badges requests 0 new today	Ask for reco
ථා Participation questions	your communit
Pending posts 0 new today	
Scheduled posts	Badges
C Activity log	Allow people to express others who they are.
G Group rules	🔥 Considering
Member-reported content     O new today	View other feature your community
Moderation alerts     O new today	
🗐 Group Quality	View other feat community's et
S Group grow	Expecting pressure of the section
Settings	Allow people to features that ca
Group settings	experience
 Add features	
Insights 🗸	

Creativity Web Tool Kit \* 2022



Ta izbira je enaka kot prej v razdelku "upravljanje formatov razprav in prispevkov".

Nekatere posebne značke lahko dodate, vendar se ne nanašajo na značaj in cilj naše skupine.

Navpični meni z orodji za nastavitve | Nastavitve skupine

## Dodane funkcije

Nekatere posebnosti lahko dodate, vendar niso povezane z značajem in ciljem naše skupine.





t can enhance your community's experience.		
by subject to help people learn	Settings	
ge one to one through	Settings	

Ta izbira je enaka kot prej v razdelku "upravljanje formatov razprav in prispevkov".

## Naša skupina bo na koncu videti takole: https://www.facebook.com/groups/futuristictales

Manage group	
Futuristic Tale @ Public group	
G Home	
⊘ Overview ∧	
Admin tools	
O actions, 0 criteria	Futuristic Tale
A Member requests 0 new today	Public group • 9 members
D new today	A Joined ▼ + Invite
දී Membership questions	About Discussion Rooms Topics Members Events Media
Pending posts O new today	
E Scheduled posts	About this group
() Activity log	Public     Anyone can see who's in the group and what they post.     Visible
Group rules	Anyone can see this group
Member-reported content     O new today	History     Group created on 28 April 2022 See More
Moderation alerts     O new today	
😰 Group Quality	
⊘ Group grow	

Creativity Web Tool Kit \* 2022

Za naslovno fotografijo smo izbrali to sliko

## Ko skupina konča imate na voljo naslednje možnosti:



Creativity Web Tool Kit \* 2022

## Če želite, da drugi ljudje postanejo administratorji skupine.

- 1. Povabiti jih morate, da postanejo člani.
- 2. Ko se pridružijo, sledite korakom, opisanim tukaj:

https://www.facebook.com/help/148640791892225

# Končali ste! Vaša skupina je pripravljena! Gremo skozi naslednje korake skupij

Nazaj na kazalo

Creativity Web Tool Kit \* 2022



## Korak 3 | Kako sestaviti primer "Futuristična zgodba" Vizualno gradivo

**Dodajte album z vizualnim gradivom** (slike in videoposnetki) znane ali manj znane **umetnosti,** povezane z zgodbo, ki jo želite povedati. Vaš cilj je spodbuditi navdih pri prihodnjih članih skupine in delovati kot usposabljanje o **moči umetnosti kot komunikacijskega sredstva.** 

"Kako": V osrednjem meniju v zavihku "Mediji" kliknite "Ustvari album". Napišite ime albuma in naložite slike iz računalnika.

## Korak 3 | Kako sestaviti primer "Futuristična zgodba" Vizualno gradivo

Želimo opisati, kako bo naša družba izgledala z okoljskega vidika v času, ki ni tako daleč od zdaj.

Izbrali smo **slike,** ki opisujejo točno to temo, in navedli vir. Vključili smo tudi **umetniška dela** z različnih razstav po svetu, **umetniške instalacije, arhitekturne mojstrovine in umetniška dela na zemlji** (slike in video povezave) z **navedbo imena umetnika in kratkim opisom umetniškega dela** (glej primer na naslednji strani).



## Korak 3 | Kako sestaviti primer "Futuristična zgodba" Vizualno gradivo

To je primer slike, ki smo jo vključili v album. Gre za umetniško delo francoskega kiparja Paula Grangeona, ki izraža problem ogroženosti živali po vsem svetu.

Ob sliki lahko vidite majhen opis umetnine, ki je koristen za vaše uporabnike.



# Korak 4 Prispevek "Dobrodošli"

Napišite **pozdravno objavo, v** kateri članom prihajajoče skupine razložite, kaj želite, da počnejo.

Člani skupine **so vabljeni, da nadaljujejo zgodbo,** ki ste jo izbrali za pripovedovanje. Pri pisanju napisa lahko uporabijo poljubno število besed. Za vizualni del lahko izberejo dele albuma, ki ste jih že zagotovili in jih navdihuje, ali pa naložijo **novo vizualno gradivo**, ki so ga ustvarili sami (slika, video), ali gradivo drugega umetnika (ne pozabite na avtorske pravice). Zgodbe, ki jih ustvarijo člani, so lahko **pravljice, poezija, proza, pripoved** ali celo distopija. Člane spodbujamo, da ustvarijo like in kraje za to družbo, dodajo avtobiografske elemente, čustva in misli, osebne izkušnje življenja v naravi itd.

V napis lahko zapišete tudi **uvod zgodbe,** ki jo želite razviti, npr. "Nekoč, nedaleč stran od naših dni, je bil kraj, kjer so živeli ljudje....".

Prav tako morate zagotoviti ključne besede v hashtagih (in edinstven #, ki ga bodo uporabljali vsi), ki jih je treba uporabiti v zgodbah in/ali dodati vizualnemu gradivu. Hashtagi bodo uporabljeni, da bo mogoče najti in prebrati vse epizode zgodb, objavljene na strani vaše skupine.

#### Hashtagi našega primera

Drugi hashtagi, ki jih lahko uporabite: #SocialMediaStorytelling, #ArtStorytelling, #EcoStories

#### Edinstven hashtag: #GreenArtivismTales

# Korak 4 | Prispevek "Dobrodošli"

#### Napisali smo:

Welcome vsi v našo skupino "Futuristic Tale". 💭 Pridružite se nam in povabite k sodelovanju tudi svoje kolege! 🖘 Naša naloga pripovedovanja zgodb je opisati, kako bo čez nekaj časa videti naša družba glede okolja, družbe in odnosa ljudi do tehnologije. Naša zgodba se začne takole: "Once upon a time, not long away from our days, there was a place where people..." Pozivamo vas, da zgodbo nadaljujete z dodajanjem lastnih elementov. Oglejte si slike umetniških del 😨 v albumu, objavljenem pod imenom "Futuristična pravljica", in poiščite navdih za pripovedovanje lastne zgodbe. Morali bi objaviti:

🖼 📸 Vizualni element: lahko je slika, fotografija, ki ste jo posneli, umetniško delo, videoposnetek, v katerem sami pripovedujete svojo zgodbo, videoposnetek druge osebe. V vsakem primeru vključite tudi napise. 🖄 A napis: Lahko je kratek odstavek, pripoved, primer iz resničnega življenja, pravljica, pesem, proza. Uporabite ta hashtag #GreenArtivismTales in po želji tudi te hashtage: #SocialMediaStorytelling, #ArtStorytelling, #EcoStories !!! Vabljeni ste, da všečkate, delite in komentirate objave drugih članov. 👍 Hvala! ⋏ Ne pozabite širiti besedo!∽



Welcome everyone to our group "Futuristic Tale". 🗐 Join us & invite your peers to join too! R Our storytelling task here is to describe how our society will look like in some time from now regarding the environment, the society & humans' relation to technology. Our tale begins as follows: "Once upon a time, not long away from our days, there was a place where people". You are urged to continue the story adding your own elements. Take a look at the images of artwork sin the album posted under the name "Futuristic Tale" and get inspiration to tell your own story You should post: -E Martin A visual element: can be an image, a photo you shot, an artwork, a self recording video narrating your story, a video from another person. In any case, please include the credits. - A caption: It can be a short paragraph, a narrative, a real life example, a fairytale, a poem, a prose. -Use this hashtag #GreenArtivismTales & optionally these hashtags also: #SocialMediaStorytelling, #ArtStorytelling, #EcoStories !!! You are very welcome to like, share and comment other members' posts. 👍 Thank you! 🙏 Do not forget to spread the word! 🜬





Facebook User 6 March · 🕥

#### Celebration of DGH Healthcare Workers

## l ike Comment Share OO Joe Soap and 40 others 22 comments 125 shares Most relevant 🔾 (Ĉ) (F) Write a comment. View 1 comment

#### Oglejte si naš primer "dobrodošlice":
### Korak 5 | Sodelovanje

Člani skupine lahko komentirajo druge objave. Sodelovanje občinstva se sproži z všečkanjem, deljenjem in komentiranjem vsebine. Od dejanj občinstva se pričakuje, da bodo okrepila orodje, pritegnila več ljudi k sodelovanju in prispevala k pripovedi.

### Korak 6 | Uporaba drugih družabnih medijev

Ko končate z ustvarjanjem skupine, prve objave itd., lahko vzpostavite račune z isto temo in v enakem obsegu na drugih platformah družbenih medijev, kot so Instagram, Twitter, Tik Tok itd. Vsebina, ki jo boste uporabili za te platforme, bo enaka kot v skupini Fb. V tem primeru morate vsekakor najprej zaprositi za dovoljenje člane svoje skupine. To lahko storite že na začetku, ko vzpostavite svojo skupino, tako da dodate opombo o **pravilu skupine:** "S tem, ko se pridružim skupini, **soglašam z deljenjem** svoje vsebine na druge platforme družabnih medijev, ki jih bo upravitelj uporabil za isti namen."

# Še en primer pripovedovanja zgodbe prek družabnih medijev

### Zgodbe o ekološki preobrazbi | Nickova zgodba o Astypalayi

Tukaj je še ena zamisel o tem, kako z grafiko in fotografijami povedati zgodbo v skupini na Facebooku. Razlika od našega prvega primera s Futuristično zgodbo je v tem, da zdaj zgodbe ne ustvarjate kolektivno, temveč sami, nato pa prosite druge, da jo komentirajo in delijo svoje ustrezne zgodbe v skupini.

Ideja je, da želimo povedati zgodbo, ki je povezana z neko vrsto **ekološke preobrazbe, ki se je zgodila v** našem mestu, regiji ali soseski.

Ustvarili smo skupino z imenom "**Zgodbe o ekološki preobrazbi**" in objavili primer zgodbe o **grškem otoku Astypalaia,** ki se je z uvajanjem energetske učinkovitosti in alternativnih rešitev mobilnosti preoblikoval v pametni in trajnostni prometni model prihodnosti. Svojo zgodbo predstavimo z grafikami in fotografijami, za kar morate prositi tudi osebe, ki se bodo pridružile skupini. Lahko jim tudi dovolite, da izberejo drugo vrsto vizualnih prikazov, kot so videoposnetki, gifi, lastne fotografije ali umetniška dela (z navedbo zaslona, če pripada nekomu drugemu).

Uporabljali smo tudi hashtage: **#greenartivism** , **#ecotransformation** & **#ecostories** in prosimo ljudi, ki se bodo pridružili skupini in objavili svoje zgodbe, da storijo enako.

## Še en primer pripovedovanja zgodbe prek družabnih medijev

#### Povezava do skupine Fb:

https://www.facebook.com/groups/1179377476195894

#### Naša prva objava je:

"Nick je star 25 let in živi na oddaljenem grškem otoku Astypalaia.

Imel je srečo, saj je njegov otok izbran, da postane prometni model prihodnosti, in sicer s čim večjim uveljavljanjem zelene energije, e-mobilnosti in inovativnih storitev mobilnosti.

Nick želi razkriti zgodbo svojega otoka, ki iz dneva v dan postaja paradigma za celotno družbo. V tem prispevku z naslovom "Nickova zgodba o Astypalaji" si boste ogledali zaporedje slik, ki opisujejo preobrazbo Astypalaje v vzorčni otok.

Lahko komentirate in z nami delite druge podobne primere iz vaših držav/regij/mest.

#ecotransformacija #ecostories # greenartivism

Krediti: https://smartastypalea.gov.gr/



# 5. Zakaj uporabljati Skupine FB?

Za kolektivno pripovedovanje zgodb

Nazaj na kazalo



Creativity Web Tool Kit \* 2022

....





Co-funded by the European Union

### Zakaj uporabljati Facebook?

- 1. Je **manj omejujoča** kot druge platforme.
  - a. Besedilo lahko uporabite **brez omejitev glede števila besed**.
  - b. Objavite lahko tudi vizualne elemente. Na posamezno objavo lahko dodate več slik ali fotografij in videoposnetkov.
- Je najbolj priljubljen medij na svetu. (glej infografiko na desni strani)



#### 77 🛠 89

### Zakaj uporabljati skupine v Facebooku?

Pri ustanavljanju skupine lahko izbirate med različnimi možnostmi. Te možnosti vam ponujajo:

- Dobro upravljanje članov skupine fb.
- Dober organizacijski potencial.
- Avtomatizacija dejanj.

Te možnosti so:

- 1. Ime in opis.
- 2. Nastavitve zasebnosti: (pozneje tega ni mogoče spremeniti).
- **3.** Skrij skupino (kdo lahko vidi to skupino, vsi ali samo člani).
- 4. Povabite druge s povezavo in nastavite, ali lahko drugi razen upravitelja povabijo nove člane.
- 5. Lokacija skupine.
- 6. Izberite spletni naslov (ne morete ga spremeniti, če število članov preseže 5.000).
- 7. Barva.
- 8. Oznake: članom lahko določite "oznake" glede na njihova dejanja (npr.: novi član, vzhajajoča zvezda, ambasador skupine, vizualni pripovedovalec zgodb).

**10.Upravljanje razprave**: Kdo lahko objavlja, odobritev vseh objav, razvrščanje komentarjev, odobritev popravkov, privzete objave, bližnjice za objave, oblike objav in anonimne objave.

12.Dodajte dodatne funkcije (npr.: "Vprašanja in nasveti", "vzajemna podpora" itd.).

- novih stvari.

16.Aktivirajte **aplikacije v** skupini.

**9. Pripadnost**: Dodajte pripadnost, če želite prikazati, da je določena oseba ali organizacija upravitelj skupine.

11.Oblike prispevkov: Dovolite jim, da objavljajo povezave, ankete itd.).

#### 13.Nastavite vodnike in funkcije mentorstva:

Vodiči = organizirajte objave po temah, da bi ljudem pomagali pri učenju

Mentorstvo = z mentorstvom delite znanje med seboj.

14.Strani, ki jih upravljate, lahko povežete s svojo skupino.

**15.Priporočite** lahko **skupine, za katere** želite, da **jih** poznajo vaši člani.

### Zakaj uporabljati skupine v Facebooku?

Ko nastavite skupino, imate na voljo številne možnosti, ki vam <b>kot</b>
upravitelju nudijo prednosti.

Skupine FB ponujajo:

- Dober nadzor nad delovanjem skupine.
- Dobra možnost iskanja z uporabo filtrov.
- Upravljanje vlog in dejanj.

Te možnosti so:

- **1. Sprememba upravitelja:** Če ste ustanovili skupino in jo želite zapustiti, lahko vlogo skrbnika prenesete na drugo osebo iz skupine.
- 2. Aktivirate lahko "pomočnika administratorja", avtomatiziran nabor dejanj, ki jih bo pomočnik opravil namesto vas (npr. samodejna odobritev člana, samodejna zavrnitev objave).
- 3. Prevzamete vlogo **administratorja ali moderatorja** (moderator ima manj ukrepov).

- želi postati član.
- 6. Preverite čakajoče objave, ki jih še niste videli.
- 7. Objave lahko načrtujete.
- **8.** V dejavnostih skupine lahko iščete z uporabo filtrov.
- 9. Nastavite skupinska pravila.
- 11.Z **opozorili ste** obveščeni, če člani uporabljajo nekatere **ključne** besede (ki ste jih že nastavili) ali če so nekatere objave zelo zanimive.
- 12.Če se kakovost vaše skupine poslabša ali če ne izpolnjujete pravil Facebooka, ste o tem obveščeni s posodobitvami.

### **4.** Člane lahko iščete s filtri.

5. Kot upravitelj določite, katera **vprašanja** bodo postavljena nekomu, ki

10. Preverite, ali člani **poročajo o** določeni **vsebini**.

# 

O objavljanju na drugih platformah družabnih medijev

Nazaj na kazalo



Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union

### Vprašanje 1: Ali lahko hkrati objavljam na strani Fb in Instagramu?

Ne morete samodejno objavljati na obeh platformah, tako da preprosto objavite prek glavnega računa (v zavihku "Ustvari objavo"), lahko pa objavite na obeh platformah iz paketa Meta Business Suite (pojdite na Orodja za objavljanje) in vnaprej načrtujte objavo na dveh različnih platformah ter ustrezno prilagodite besedilo in vizualne elemente.

### Vprašanje 2: Ali lahko samodejno objavljam v skupini Fb in Instagramu?

Ne, ne morete storiti ne enega ne drugega.

Instagram za zdaj omogoča le povezavo s profilom ali stranjo Fb, ne pa tudi s skupino na Facebooku.

Kako lahko svojo skupino Fb povežem z računom Instagram?

Skupina Fb in račun Instagram bosta dve različni entiteti, na katerih boste ločeno in neodvisno objavljali isto vsebino.

### **Vprašanje 3:** Ali lahko samodejno delim objave iz Instagrama na svojo stran Fb?

Ne ravno samodejno, ampak ja, v nekaj minutah lahko objavim isto vsebino. To morata biti poslovni račun Instagram in stran Fb, ne profil!

#### Kako lahko povežem obe platformi?

To storite tako, da v aplikaciji Instagram odprete svoj profil in tapnete gumb "meni", ki je predstavljen s tremi vzporednimi vodoravnimi črtami. Tapnite gumb "Settings" (Nastavitve) in tapnite možnost "Account" (Račun). Tapnite gumb "Povezani računi" in s seznama storitev družabnih omrežij izberite stran Facebook. Če nimate strani Fb (temveč le profil), boste morali zelo preprosto ustvariti stran Fb.

Tako ne morete objaviti samodejno, lahko pa najprej objavite na Instagramu, nato pojdite na svojo sliko/videoposnetek in tapnite na njo, kliknite tri pike na zgornji desni strani slike/videoposnetka (...) in kliknite

"Objavi v drugih aplikacijah" in z drsnika izberite gumb "Facebook".

Več o tem, kako to storiti, si oglejte <u>tukaj.</u>

Creativity Web Tool Kit 🗚 2022

### Vprašanje 4: Ali lahko svojo stran/račun/skupino v Fb povežem s Twitterjem?

Ne. neposredno iz platforme Fb je to nemogoče.

Možna rešitev: Uporaba zunanjega upravitelja družbenih medijev, kot je BUFFER.

Deluje takole: To so lahko stran na Facebooku, skupina na Facebooku, Instagram, Twitter, stran na LinkedInu ali profil na LinkedInu.

# Vprašanje 5: Ali lahko račun Instagram povežem s Twitterjem? Ali lahko samodejno objavljam na obeh?

Ne povsem samodejno, vendar v nekaj minutah, da. To mora biti poslovni račun Instagrama, ne osebni profil.

#### Kako povezati obe platformi?

To storite tako, da odprete aplikacijo Instagram v svojem profilu in tapnete gumb "**meni**", ki je predstavljen s tremi vzporednimi vodoravnimi črtami. Tapnite gumb "**Settings**" (**Nastavitve**) in tapnite možnost "**Account**" (**Račun**). Tapnite gumb "**Linked Accounts**" (**Povezani računi**) in s seznama storitev družabnih omrežij izberite Twitter.

Tako ne morete objaviti samodejno, lahko pa najprej objavite na Instagramu, nato pojdite na svojo sliko/video in tapnite na njo, kliknite tri pike na zgornji desni strani slike/videoposnetka (...) in kliknite "**Objavi v drugih aplikacijah**" ter z drsnika izberite gumb "**Twitter**".

### Vprašanje 6: Omejitev besed, oznake in hashtagi na Instagramu

**Omejitev besed:** Omejitev znakov na Instagramu je **2.200 znakov = približno 400 besed**. Samo zato, ker lahko, še ne pomeni, da bi morali. Noben napis na Instagramu ne sme doseči 2 200 znakov. Najboljša praksa: Ne uporabljajte toliko besed. Razmislite o tem: **Podnapisi na** Instagramu se skrajšajo na 125 znakov. Z drugimi besedami, če želite, da se prikaže celoten napis, ne sme biti daljši od 125 znakov.

#### Hashtagi in oznake:

V običajno objavo lahko vključite do **30 hashtagov,** v zgodbo pa do 10 hashtagov.

V objavi lahko uporabite **do 30 oznak**.

Več o hashtagih tukaj: https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/

### Vprašanje 7: Omejitev besed, hashtagi in videoposnetki na Twitterju

**Omejitev števila besed/znakov:** Največja dolžina tvita je zdaj 280 znakov ali <u>glifov Unicode</u>. Nekateri glifi se štejejo kot več kot en znak. Emoji, ki jih podpira <u>twemoji,</u> vedno štejejo kot dva znaka, ne glede na kombiniranje modifikatorjev. Več o tem <u>tukaj.</u>

Hashtagi: Priporočamo, da na posameznem tvitu uporabite največ 2 hashtaga, vendar lahko v tvitu uporabite poljubno število hashtagov. Več o tem <u>tukaj.</u>

Tukaj najdete navodila za uporabo hashtagov.

Videoposnetki: Kako deliti in gledati videoposnetke na Twitterju, si oglejte <u>tukaj</u>.

# Čestitke

# Dosegli ste konec tega tečaja

Nazaj na kazalo

Green Artivism

Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union



Nazaj na kazalo

Ta projekt ( GREEN ARTIVISM ) je bil financiran v okviru programa Erasmus+. Informacije in stališča, navedena v tem poročilu, so last avtorjev in ne odražajo nujno uradnega mnenja Evropske unije. Niti institucije in organi Evropske unije niti katera koli oseba, ki deluje v njihovem imenu, ne morejo biti odgovorni za morebitno uporabo informacij iz tega poročila.



### Co-funded by the European Union