

## Vizualni mediji

### Vježbajte svoje vještine vizualne komunikacije

#### 1. Predstavljanje podataka (stupčasti i linijski grafikoni)

Udružite se s kolegom kako biste izradili grafikone temeljene na usporedbi ukupnog poreznog opterećenja poreznih obveznika\*. Jedan od vas treba skicirati vodoravni ili okomiti stupčasti dijagram, a drugi treba skicirati linijski grafikon iz procjena koje slijede. Zatim razmijenite grafikone i analizirajte koliko dobro svaki prenosi situaciju. Bi li stupčasti grafikon najbolje izgledao s okomitim ili vodoravnim stupcima? Zašto? Koje prijedloge svaki student može dati za poboljšanje vizualnog prikaza drugoga?

\*Podaci: Procjene pokazuju da francuski porezni obveznici troše 48 posto svojih prihoda na poreze, švedski porezni obveznici troše 43 posto, japanski porezni obveznici troše 33 posto, američki porezni obveznici troše 32 posto, a britanski porezni obveznici troše 31 posto.

## 2. Predstavljanje podataka (vizualizacija podataka)

Potražite na internetu alate za vizualizaciju podataka koji su prikladni za poslovnu upotrebu. Odaberite onu koja ima potencijal pomoći poslovnim menadžerima u donošenju odluka. Napišite post objašnjavajući kako ovaj alat može pomoći pri donošenju odluka. Obavezno uključite poveznicu na web mjesto na kojem ste ga pronašli.

### 3. Predstavljanje informacija, koncepata i ideja (organizacijski dijagrami)

Napravite organizacijsku shemu za svoj fakultet ili sveučilište. Započnite s web-stranicom sveučilišta kako biste saznali o raznim uredima i odjelima.

#### 4. Planiranje poslovnih videa; mobilne vještine

Pretpostavimo da proizvodite video intervju s nastavnikom vašeg fakulteta ili sveučilišta. Svrha videa je potaknuti srednjoškolce da razmisle o prijavi na vaš fakultet, a želite dodati malo B-roll snimaka kako bi video bio vizualno privlačniji. Odredite 6 scena oko kampusa koje biste mogli snimiti u tu svrhu. Zatim, koristeći digitalnu kameru ili video mogućnost na telefonu, snimate ovih 6 scena. Obavezno ih uokvirite na način da će biti primjereno vidljivi na zaslonima mobitela. Kao opciju, dodajte glasovnu naraciju, naslove i druga poboljšanja.

### 5. Predstavljanje informacija, koncepata i ideja (fotografije)

S timom koji je dodijelio vaš nastavnik pronađite prometnu lokaciju u kampusu ili u susjedstvu, negdje s puno znakova, izloga, pješaka i prometa. Istražite dvije različite prilike za fotografiranje: jednu koja povećava vizualni dojam gužve i nereda i onu koja taj dojam umanjuje.

**Vaš zadatak:**

Za prvo, pretpostavite da ste netko tko se zalaže za smanjenje gužve i nereda, pa želite pokazati koliko je to loše. Kao drugo, pretpostavite da ste agent za nekretnine ili netko drugi tko je motiviran pokazati ljudima da je, iako lokacija nudi mnogo shoppinga, zabave i drugih atrakcija, zapravo prilično mirno i tiho susjedstvo. Umetnite dvije slike u dokument ili post na blogu i za svaku napišite naslov koji naglašava dvije upravo opisane suprotne poruke. Na kraju, napišite kratak odlomak u kojem govorite o etičkim implikacijama onoga što ste upravo učinili. Jeste li iskrivili stvarnost ili je samo predstavili na način koji vam ide u prilog? Jeste li spriječili publiku u dobivanju informacija koje su im potrebne za donošenje utemeljenih odluka?

## 6. Predstavljanje vizuala ustanove

Usporedite stari logo:



s novim logom Sveučilišta Algebra:



### Vaš zadatak:

Komentirajte novi vizual Sveučilišta Algebra. Kako ga doživljavate? Kakvu Vam poruku šalje? Mislite li da je dominantna boja „pogođena“? Kako biste Vi dizajnirali logo ovakve visokoškolske ustanove. Ne morate biti crtač ili dizajner (pošaljite poruku publici na „svoj način“ -jednostavno-opišite svoju ideju ako ne znate nacrtati ono što ste zamislili).

## 7. (Kontraverzno) oglašavanje

Kladionica Hrvatske lutrije objavila je jumbo plakate i on-line reklamu „Skini je!“ na kojoj je prikazana mlada plavokosa žena u hrvatskom dresu sa mobitelom u ruci, a podnaslov na jumbo plakatima još glasi „Jedna za sve“, „Skini je“ koji bi se trebao odnositi na aplikaciju Hrvatske lutrije. Međutim, s tim se nije složila Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova, kao ni čelnik Udruge Vigilare koji je istu prijavio Sudu časti HURA-e.

### Vaš zadatak:

- Radi li se u ovom prikazu o namjernom skandaliziranju da bi se privukla pažnja publike?
- Radi li se (moguće) o „nespretnosti“ ili neznanju dizajnera?
- Radi li se o „preambicioznom“ dizajneru koji „pošto poto“ želi vlastiti uspjeh, a ne zanima ga naručitelj niti protivljenje nekih (interesno orijentiranih) grupa ljudi?
- Je li za Vas ova poruka skandalozna i ako jest, pojasnite svoj stav i mišljenje!?

Pojasnite (moguće) dobre ili (moguće) loše strane ovog vizuala.

