



Dofinansowane przez
Unię Europejską



Przygotowanie do tworzenia opowieści cyfrowych

Burza mózgów i wybór tematu



Zawartość tego materiału jest udostępniana na międzynarodowej licencji [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

LISTA TEMATÓW



1. Gospodarka obiegu zamkniętego



2. Przygotowanie do tworzenia opowieści cyfrowych



3. Narzędzia cyfrowe dla nauczycieli



4. Narzędzia cyfrowe dla uczniów



5. Opowieści o gospodarce obiegu zamkniętego



6. Rozwijanie umiejętności



7. Wdrażanie opowieści cyfrowych w szkołach



8. Inicjowanie kompetencji dla przyszłości



POD KONIEC TEGO ZASOBU BĘDZIESZ W STANIE:

1. Zrozumieć zasady i korzyści płynące z mapowania myśli w opowieści cyfrowej. Dowiedz się, jak mapowanie myśli może pomóc w organizacji pomysłów, strukturze narracji i pobudzeniu kreatywności w tworzeniu opowieści.
2. Zastosować metodę design thinking do strukturyzacji i udoskonalenia swojej cyfrowej opowieści. Odkryj, jak myślenie projektowe pomaga podejść do opowiadania historii z perspektywy zorientowanej na użytkownika, zapewniając, że treść spełnia potrzeby odbiorców.
3. Zidentyfikować i wybrać najbardziej odpowiedni rodzaj cyfrowej opowieści do swojego projektu. Naucz się wybierać spośród różnych formatów cyfrowych opowieści (osobiste, narracyjne, dokumentalne, oparte na wywiadach) w zależności od celów i odbiorców Twojej historii..
4. Tworzyć angażujące treści, które przemawiają emocjonalnie i motywują Twoją publiczność. Zrozum, jak tworzyć historie, które nawiązują emocjonalne połączenie, sprawiają, że odbiorcy czują się zaangażowani i inspirują ich do działania.
5. Wykorzystać elementy projektowania komunikacji, aby wzmocnić wizualny i emocjonalny wpływ swojej opowieści. Zbadaj, jak typografia, kolory, obrazy i układ mogą poprawić klarowność i emocjonalny rezonans Twojej cyfrowej opowieści.
6. Efektywnie strukturyzować i wizualizować swoją cyfrową opowieść, aby zapewnić przejrzystość i zaangażowanie. Naucz się organizować i prezentować swoje treści wizualnie, aby uzyskać maksymalny efekt i łatwą przyswajalność dla Twoich odbiorców.

OGÓLNY ZARYS

W tym materiale skupimy się na kluczowych krokach niezbędnych do skutecznego przygotowania Twojej cyfrowej opowieści. Dowiedz się, jak wykorzystać mapowanie myśli jako narzędzie do burzy mózgów i organizacji pomysłów, co pomoże Ci stworzyć przejrzystą strukturę narracji. Ponadto poznaj design thinking – kreatywny proces, który pomoże Ci dostosować Twoją opowieść do potrzeb docelowych odbiorców. W tej sekcji przyjrzymy się także różnym rodzajom cyfrowych opowieści, aby pomóc Ci wybrać najbardziej odpowiedni format do Twojego projektu. Na koniec tej sekcji będziesz mieć jasny harmonogram do planowania, strukturyzacji i przygotowania swojej cyfrowej opowieści, aby była angażująca, skoncentrowana i zgodna z Twoimi celami.

DLACZEGO BURZA MÓZGÓW JEST ISTOTNA



Czym jest burza mózgów?

Jest to kreatywna metoda, w której pomysły są generowane spontanicznie i bez ograniczeń.
Celem jest znalezienie rozwiązań problemów lub opracowanie nowych koncepcji.

4 fazy burzy mózgów

- ❖ Zbieranie pomysłów
- ❖ Organizacja
- ❖ Ewaluacja
- ❖ Planowanie wdrożenia

Burza mózgów jest istotna dla przygotowania opowieści cyfrowej ponieważ:

- ❖ Zachęca do kreatywnych i unikalnych pomysłów
- ❖ Zapewnia jasną strukturę narracji
- ❖ Gwarantuje, że historia odpowiada odbiorcom i jej celowi



MAPOWANIE MYŚLI W OPOWIEŚCI CYFROWEJ



Czym jest mapowanie myśli?

Mapowanie myśli to wizualne narzędzie do burzy mózgów, które pomaga organizować pomysły, planować łuki narracyjne i łączyć motywy. Zachęca do kreatywnego myślenia i dostarcza jasny harmonogram do tworzenia opowieści.

Zalety:

- ❖ **oszczędność czasu:** proste w tworzeniu, przyspiesza burze mózgów, spotkania i późniejsze przypominanie informacji.
- ❖ **przejrzystość i zorganizowanie:** nieliniowy format odpowiada sposobowi w jaki mózg przetwarza informacje, poprawiając zrozumienie i produktywność.
- ❖ **elastyczność i rozszerzalność:** łatwa aktualizacja i dodawanie nowych pomysłów do istniejących struktur.
- ❖ **ograniczenie stresu:** wszystkie kluczowe informacje znajdują się w jednym miejscu, co minimalizuje ryzyko zapomnienia i zwiększa efektywność.



MAPOWANIE MYŚLI W OPOWIEŚCI CYFROWEJ

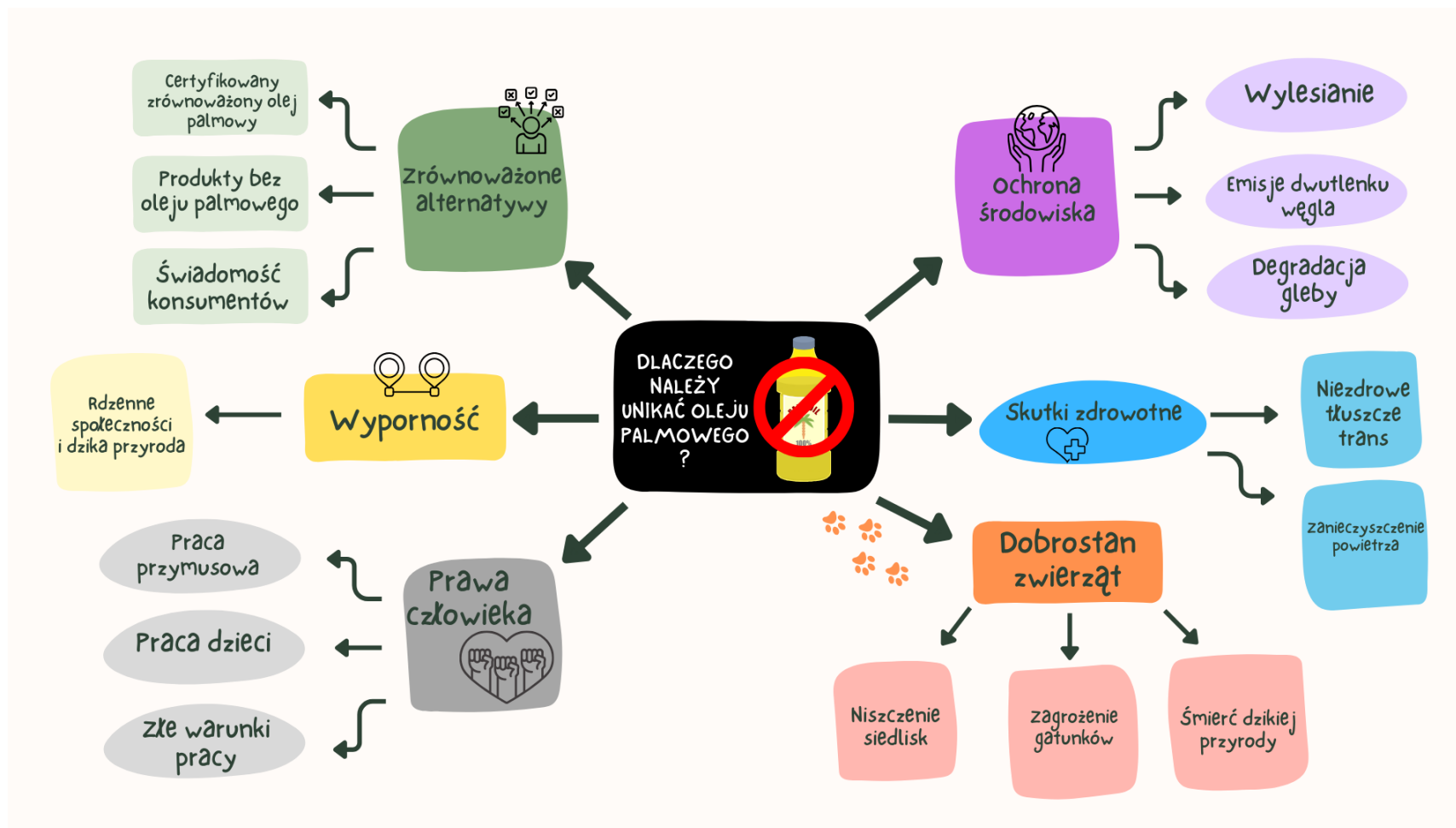


Jak stworzyć efektywną mapę myśli

- ❖ **Używaj orientacji poziomej:** maksymalizuje przestrzeń i odzwierciedla myślenie przestrzenne, zgodne z tym, jak mózg przetwarza informacje.
- ❖ **Zaczynij od środka:** rozpocznij od kluczowych tematów i rozwijaj na zewnątrz. Pisz słowa kluczowe na liniach rozchodzących się na zewnątrz i dodawaj podgałęzie dla kolejnych pomysłów.
- ❖ **Używaj słów kluczowych, a nie zdań.**
- ❖ **Włącz elementy wizualne:** dodaj proste ikony lub rysunki (np. żarówka dla pomysłów, ślady stóp dla kolejnych kroków). Elementy wizualne sprawiają, że mapa jest bardziej angażująca i łatwiejsza do zapamiętania.
- ❖ **Używaj kolorów:** różnicuj tematy lub priorytety (np. niebieski dla celów, czerwony dla kluczowych ścieżek, zielony dla rozwiązań).



PRZYKŁAD DLA INSPIRACJI



DESIGN THINKING W OPOWIEŚCI CYFROWEJ



Czym jest design thinking?

- ❖ Kreatywny proces rozwiązywania problemów z wyraźnie określonymi etapami.
- ❖ Skupia się na rozwijaniu innowacyjnych pomysłów opartych na ludzkich potrzebach.
- ❖ Kładzie nacisk na współpracę interdyscyplinarną.
- ❖ Projektowanie zorientowane na człowieka: rozwiązania dostosowane do potrzeb użytkowników.
 - W tym przypadku: uczniowie szkół średnich.
- ❖ Ma na celu generowanie praktycznych, możliwych do realizacji rozwiązań, a nie tylko kreatywnych pomysłów.



Empatia



Definiowanie



Pomysły



Prototyp



Testowanie

DESIGN THINKING W OPOWIEŚCI CYFROWEJ



Etapy w design thinking

Design thinking podąża za uporządkowanym procesem, podzielonym na kilka kluczowych faz:

- ❖ **Empatia:** zrozumienie potrzeb, wyzwań i perspektyw użytkowników poprzez badania i obserwację.
- ❖ **Definiowanie:** jasne sformułowanie problemu do rozwiązania, koncentrując się na potrzebach użytkowników.
- ❖ **Generowanie pomysłów:** tworzenie szerokiego zakresu pomysłów i rozwiązań, zachęcając do kreatywnego myślenia.
- ❖ **Prototypowanie:** tworzenie namacalnych reprezentacji różnych pomysłów w celu eksplorowania potencjalnych rozwiązań.
- ❖ **Testowanie:** ocena prototypów z prawdziwymi użytkownikami, zbieranie opinii i udoskonalanie rozwiązań.

PRZYKŁAD DLA INSPIRACJI



Design thinking podąża za uporządkowanym procesem, podzielonym na kilka kluczowych faz:

❖ **Empatia**

- Zbadaj wpływ fast fashion.
- Podziel się prawdziwymi historiami pracowników przemysłu odzieżowego lub aktywistów.

❖ **Definiowanie**

- Problem: „W jaki sposób możemy zwiększyć świadomość ukrytych kosztów fast fashion i promować zrównoważone wybory?”
- Nacisk na: podkreślenie kwestii, które są łatwo przyswajalne, np. krótki cykl życia odzieży i jego ukryte konsekwencje.

❖ **Generowanie pomysłów**

- Burza mózgów dotycząca formatów narracyjnych: narracja śledząca podróż koszulki od produkcji po utylizację.

❖ **Prototypownie**

- Stwórz krótki film animowany lub wideo zatytułowane „Co dzieje się z Twoimi ubraniami?”.

❖ **Testowanie**

- Zbierz opinie na temat zaangażowania emocjonalnego, klarowności i skuteczności przekazu.

RODZAJE OPOWIEŚCI CYFROWYCH



- ❖ Zdecyduj się na rodzaj historii, którą chcesz stworzyć, zanim rozpocznesz swoją cyfrową opowieść.
- ❖ Format historii wpływa na sposób przekazania wiadomości i zaangażowanie odbiorców.
- ❖ Każdy rodzaj ma unikalne zalety dostosowane do różnych celów.

Do wyboru są następujące typy:

- ❖ Historie osobiste
- ❖ Historie narracyjne
- ❖ Historie dokumentalne
- ❖ Historie oparte na wywiadach



RODZAJE OPOWIEŚCI CYFROWYCH



Historie osobiste

- ❖ Skupiają się na indywidualnych doświadczeniach, emocjach i osobistych refleksjach.
- ❖ Czynią historię atrakcyjną i angażującą.
- ❖ Budują empatię poprzez dzielenie się doświadczeniami.

Przykład

Moja droga do życia w duchu zero waste

Osobisty zapis zmagania i sukcesów jednostki w redukcji odpadów w codziennym życiu. Historia dzieli się poruszającymi i emocjonalnymi momentami, takimi jak decyzja o zaprzestaniu używania plastiku jednorazowego użytku po zobaczeniu zdjęć morskich zwierząt dotkniętych zanieczyszczeniem.

Historie narracyjne

- ❖ Strukturalna opowieść, fikcyjna lub niefikcyjna.
- ❖ Ma wyraźny początek, środek i zakończenie.
- ❖ Przekazuje ważne przesłanie w interesujący sposób.

Przykład

Opowieść o lesie

Fikcyjna historia opowiedziana z perspektywy wiekowego drzewa w lesie deszczowym. Drzewo opowiada, jak jego dom kiedyś tętnił życiem, pełnym różnorodnej fauny, ale stopniowo został zniszczony przez wylesianie. Historia wzbudza empatię i wzywa do działania na rzecz ponownego zalesiania.

RODZAJE OPOWIEŚCI CYFROWYCH



Historie dokumentalne

- ❖ Badanie rzeczywistych problemów lub wydarzeń przy użyciu badań i informacji opartych na faktach.
- ❖ Dostarczaj wnikliwych analiz i podnoś świadomość na dany temat.
- ❖ Informuj odbiorców o określonym temacie lub problemie, przedstawiając rzetelne dane i kontekst.

Przykład

Ukryty koszt fast fashion

Faktograficzna cyfrowa opowieść ujawniająca niszczenie środowiska przez przemysł modowy. Analizuje takie problemy, jak zanieczyszczenie wód przez fabryki barwiące tkaniny, nadmierne wykorzystanie zasobów naturalnych do produkcji materiałów oraz ogromne ilości odpadów tekstylnych trafiających na wysypiska. Historia zawiera wywiady z ekspertami ds. środowiska i podkreśla rozwiązania, takie jak inicjatywy na rzecz zrównoważonej mody oraz programy recyklingowe.

Historie oparte na wywiadach

- ❖ Wprowadź głosy i perspektywy innych poprzez ustrukturyzowane rozmowy, nadając im głębię i autentyczność.
- ❖ Autentyczność dzięki prawdziwym głosom i doświadczeniom życiowym.
- ❖ Oferuje różnorodne perspektywy oraz wiedzę ekspercką.

Przykład

Głosy z pierwszej linii zmian klimatycznych

Cyfrowa opowieść przedstawiająca wywiady z osobami mieszkającymi w społecznościach przybrzeżnych, które już doświadczają skutków podnoszącego się poziomu morza. Te relacje z pierwszej ręki podkreślają pilną potrzebę zajęcia się zmianami klimatycznymi i dostarczają różnorodnych perspektyw na ten temat.

TWORZENIE ANGAŻUJĄCYCH TREŚCI



- ❖ Przed stworzeniem cyfrowej opowieści ważne jest, aby dokładnie przeanalizować treść i strategię zaangażowania.
- ❖ Dobrze przygotowana cyfrowa opowieść to coś więcej niż tylko opowiadanie historii.
- ❖ Musi przemawiać do emocji widza.
- ❖ Musi być przekonująca i wciągająca.

Wcześniejsze przemyślenie sposobu dotarcia do swojej publiczności pomoże Ci stworzyć bardziej efektywną i trwałą cyfrową opowieść, która nie tylko informuje, ale także inspirowe odbiorców do refleksji i działania.



TWORZENIE ANGAŻUJĄCYCH TREŚCI

 **Następujące kluczowe czynniki powinny zostać uwzględnione z wyprzedzeniem, aby stworzyć atrakcyjne treści:**

Orientacja na grupę docelową

- ❖ Dostosuj treści do wieku, zainteresowań i tła grupy docelowej.
- ❖ Używaj języka, który przemawia do odbiorców, np. prostego języka dla młodszej publiczności lub terminów technicznych dla bardziej zaawansowanych odbiorców.

Odwołanie się do emocji

- ❖ Dziel się osobistymi historiami lub wyzwaniem, które wywołują emocjonalne reakcje.
- ❖ Projektuj angażujące postacie.

Jasne i przystępne przekazy

- ❖ Ułatwaj zrozumienie przesłania.
- ❖ Skup się na jednej głównej idei.



TWORZENIE ANGAŻUJĄCYCH TREŚCI



Następujące kluczowe czynniki powinny zostać uwzględnione z wyprzedzeniem, aby stworzyć atrakcyjne treści:

Określenie konkretnych możliwości działania

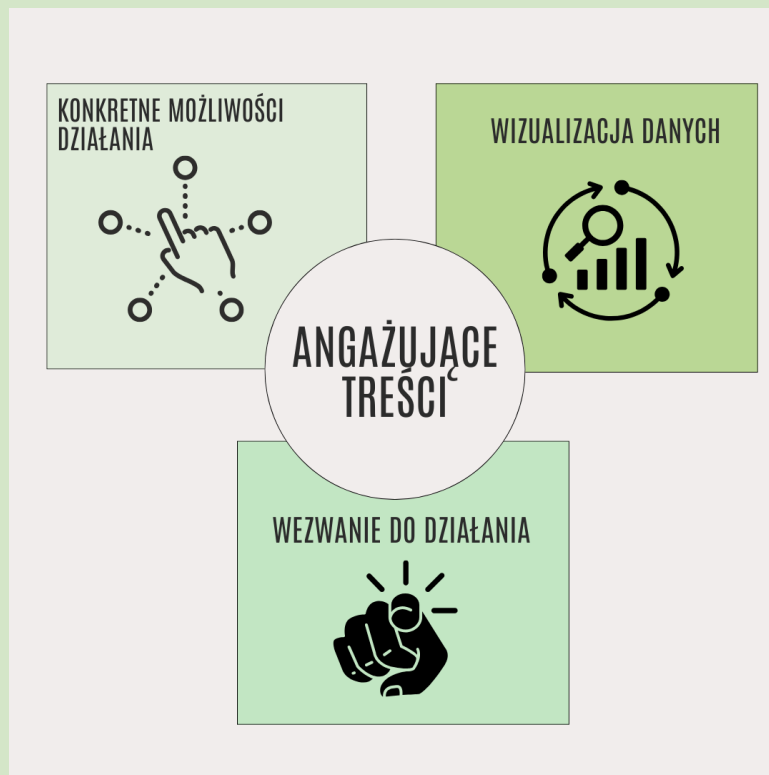
- ❖ Pokaż, że działania jednostkowe mogą mieć znaczenie, dając odbiorcom poczucie sprawczości.
- ❖ Zaoferuj rozwiązania, które odbiorcy mogą wdrożyć.

Wizualizacja danych

- ❖ Upewnij się, że wizualizacje danych są czytelne, proste i nie przytłaczają.

Wezwanie do działania

- ❖ Zakończ wyraźnym wezwaniem do działania.
- ❖ Zmotywuj odbiorców do podjęcia konkretnych kroków.



PROJEKTOWANIE KOMUNIKACJI W CYFROWEJ OPOWIEŚCI



W fazie przygotowań pomaga wizualnie i werbalnie ustrukturyzować historię, aby miała silny emocjonalny wpływ na odbiorców.

Projektowanie komunikacji:

- ❖ Zapewnia, że Twoja cyfrowa opowieść jest jasna, angażująca i pełna efektów.
- ❖ Koncentruje się na skutecznym przekazaniu wiadomości za pomocą elementów wizualnych, układu, typografii i tonu.
- ❖ Gwarantuje, że wszystkie elementy są spójne z celem opowieści i potrzebami grupy docelowej.
- ❖ Pomaga odbiorcom skupić się na kluczowych wnioskach.
- ❖ Tworzy emocjonalne więzi z widzem.



ELEMENTY PROJEKTOWANIA KOMUNIKACJI



Typografia

- ❖ Ustala ton cyfrowej opowieści i odgrywa ważną rolę w odbiorze przekazu.
- ❖ Wybór czcionki może wywoływać różne emocje lub wrażenia, takie jak formalność, nowoczesność czy zabawność.

Kolory

- ❖ Kolory są skutecznym środkiem tworzenia atmosfery i emocjonalnego połączenia.
- ❖ Mogą odzwierciedlać nastrój opowieści i wzmacniać jej temat.
- ❖ Odpowiedni kontrast zapewnia czytelność i dostępność.

Hierarchia wizualna

- ❖ Układ elementów z wyraźną hierarchią przyciąga uwagę odbiorców do najważniejszych punktów.
- ❖ Rozmiar, rozmieszczenie i podkreślenie wpływają na sposób przetwarzania informacji przez widza.

Obrazy

- ❖ Wysokiej jakości elementy wizualne wzbogacają historię, dodając jej głębi i emocji.
- ❖ Mogą upraszczać złożone koncepcje, tworzyć więź z odbiorcą i wzmacniać narrację.

Układ

- ❖ Zrównoważony układ zapewnia klarowność i płynność przekazu.
- ❖ Efektywne wykorzystanie przestrzeni i wyrównania tworzy harmonię.

PRZYDATNE POJĘCIA

- 1. Storyboarding**
Storyboard to wizualne narzędzie planistyczne, które pomaga w ustrukturyzowaniu opowieści w jasnych etapach oraz zaplanowaniu jej wizualnej realizacji.
- 2. Kwestie etyczne**
Kwestie etyczne pomagają zapewnić, że cyfrowe opowieści są nie tylko pouczające i angażujące, ale także szanujące oraz rzetelne w traktowaniu poruszanych tematów i osób zaangażowanych.

POJĘCIE NR 1

Storyboarding

Storyboard to metoda wizualnego planowania i strukturyzowania historii. Wszystkie ważne sceny są przedstawiane jako szkice lub panele, w których określone są fabuła, tekst i elementy wizualne. Pomaga logicznie i przejrzysto uporządkować opowieść poprzez zaplanowanie najważniejszych elementów, takich jak dialogi, obrazy i chronologia. Uwzględnia także użycie dźwięku lub muzyki. Storyboard sprawia, że produkcja jest bardziej efektywna, unika się nieporozumień, a cała historia może zostać sprawdzona i zoptymalizowana z wyprzedzeniem.

POJĘCIE NR 2

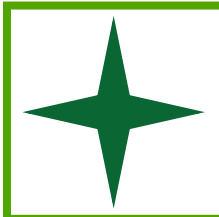
Kwestie etyczne

Etyczny wymiar opowieści obejmuje traktowanie wrażliwych tematów i informacji z szacunkiem, unikanie dyskryminacji oraz stygmatyzacji, a także uwzględnianie stereotypów. Kluczowe jest zachowanie prawdomówności, aby zapobiec dezinformacji. Celem jest zapewnienie, że opowieści są pouczające, pełne szacunku i wiernie przedstawiają złożone tematy w edukacyjny sposób.

Przykład dotyczący tematu fast fashion:

- ❖ Okazywanie szacunku wobec zaangażowanych pracowników i unikanie stereotypowych przedstawień.
- ❖ Wykorzystywanie zweryfikowanych danych na temat warunków pracy oraz wpływu na środowisko.
- ❖ Unikanie przypisywania winy poszczególnym krajom lub kulturom.

WSKAZÓWKA NR 1



Problem

Zbyt wiele informacji i nieuporządkowane treści mogą utrudnić odbiór.

Co zrobić...

Skup się na istocie przekazu: unikaj przeładowania opowieści nadmiarem faktów. Dokładnie wybierz, które informacje są kluczowe do przekazania głównej myśli. Dzięki temu historia będzie jasna, zrozumiała i angażująca..

WSKAZÓWKA NR 2



Problem

Brak jasności co do celu opowieści.

Co zrobić...

Zdefiniuj główny cel i kluczowe przesłanie swojej opowieści z wyprzedzeniem. Zastanów się, co chcesz osiągnąć dzięki tej historii i jakie reakcje chcesz wywołać u odbiorców.

SPRAWDŹ CZEGO SIĘ NAUCZYŁEŚ

01. Jak wykorzystać mapowanie myśli do burzy mózgów i organizowania pomysłów na swoją cyfrową opowieść.
02. Kluczowych faz myślenia projektowego i jak je zastosować w procesie opowiadania historii.
03. Jak zidentyfikować i wybrać odpowiedni rodzaj cyfrowej opowieści dla swojego projektu.
04. Jak zaplanować i ustrukturyzować swoją cyfrową opowieść, aby spełniała potrzeby odbiorców.
05. Znaczenia elementów projektowania komunikacji (typografia, kolory, układ) w ulepszaniu Twojej historii.
06. Jak przygotować i udoskonalić swoją cyfrową opowieść, aby miała maksymalny wpływ.



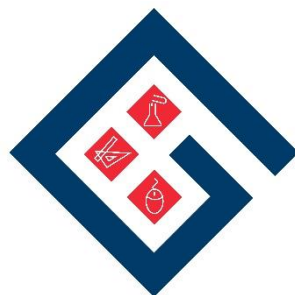
AdM
ArchiviodellaMemoria



Agrupamento de Escolas
Marinhas do Sal
Rio Maior



European
Learning
Centre



Istituto di Istruzione Superiore
Michele Giua Cagliari



**Dofinansowane przez
Unię Europejską**

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.