

# Digitalt berättande

Storytelling kan vara ett kraftfullt verktyg för att förbättra undervisning och lärande och har använts som sådant under årtusenden. Det är den äldsta undervisningsformen och förmodligen det bästa sättet att lära sig.

Storytelling under 2000-talet görs rikare och effektivare genom användning av digitala medier som bilder, videor och ljudfiler, en metod som kallas **Digital Storytelling**.

Denna enhet hjälper dig:

- ❖ Utveckla din förståelse för användningen av berättelse och berättande i marknadsföringen  
Lärande och utveckling
- ❖ Lär dig hur du skriver berättelser som är minnesvärda, underhållande och engagerande för dig  
lärande
- ❖ Skapa ett utkast till plan för ditt eget digitala berättarprojekt,
- ❖ Skriv och producera en digital berättelse baserad på din egen personliga eller professionella upplevelser
- ❖ Använd digitala verktyg för att skapa och dela berättelser
- ❖ Underlätta dina egna samarbetande berättarprojekt

# Vad är Digital Storytelling?

- ❖ I sin enklaste form avser digitalt berättande till praktiken att använda datorbaserade verktyg för att berätta historier eller presentera idéer. Digitala berättelser har också definierats som multimediapresentationer som kombinerar en mängd olika digitala element i en narrativ struktur.
- ❖ Till skillnad från traditionellt berättande som använder material på fysiska medier som papper, band eller skivor och film, använder en digital berättelse material som finns på elektroniska filer. Digitala berättelser kan innehålla inte bara text, bilder, video och ljud, utan också interaktiva element som kartor och element i sociala medier som tweets.
- ❖ Konceptet täcker också en rad digitala berättelser, inklusive digitala webbaserade berättelser, interaktiva berättelser och hypertextberättelser. I hypertextfiktion, till exempel, kan läsare använda hypertextlänkar för att flytta från ett stycke text till nästa.
- ❖ Digitalt berättande delar individers levda erfarenheter på ett sätt som traditionellt berättande (dvs. muntliga, skrivna berättelser) kan inte. Individer kan arkivera, hämta och granska digitala berättelser offline, samt distribuera dem online till oändliga publikter genom Learning Management Systems (LMS), webbplatser eller sociala medier.
- ❖ Med inkludering av multimedia kan digitala berättelser också effektivt sätta och bevara scenerna, kulturerna och stämningarna i individers berättelser.

# Varför digitala berättelser? Hur stödjer de lärande?

De:

- Lär oss om livet, om oss själva och om andra
- Gör det möjligt för oss att känna empati i okända situationer
- Hjälper oss överväga nya idéer
- Ökar vår vilja att dela liknande livserfarenheter
- Kopplar lärande till elevens tidigare erfarenheter
- Förbättrar mellanmännsliga relationer och självkänedom
- Utvecklar kritiska färdigheter inom digital läskunnighet

## Berättelser omformar kunskap till något meningsfullt!

- Oavsett leveranssätt förblir principerna för berättelseskivning desamma. En bra historia skall:
  - *fängsla publiken, – hjälpa innehåll att få resonans och – få inlärningen att fastna*



# Digital Storytelling som en effektiv Lärverktyg för C-VET-proffs

- Det finns många sätt som Digital Storytelling kan användas för att stödja lärande och Utveckling.
- Ett av de första besluten som ska tas när du använder det här verktyget i ett lärandeprogram är om du ska skapa de digitala berättelserna eller låta dina elever göra det.
- Du kan bestämma dig för att skapa dina egna berättelser och visa dem för eleverna som ett sätt att presentera nytt material. En engagerande, multimediarik digital berättelse kan fungera som en krok för att fånga elevernas uppmärksamhet och öka deras intresse för att utforska nya idéer.
- Digitala berättelser kan också användas för att förbättra en inlärningsintervention, som ett sätt att underlätta diskussioner om de ämnen som presenteras i en berättelse och som ett sätt att göra abstrakt eller konceptuellt innehåll mer begripligt.
- Forskning har visat att användningen av multimedia i undervisningen/träningen hjälper elever att behålla ny information och underlättar förståelsen av svårt material.
- Det är ett särskilt användbart tillvägagångssätt att använda med vuxna elever när det bygger på och bygger på deras erfarenheter.



*Genom berättelser rör vi människor, vi övertygar dem att stödja våra idéer, vi uppmuntrar dem att sprida vårt budskap.*

*Berättelser har potential att lyfta lärande till något som alla kan relatera till.*

# Verktyg och media som används i digitalt berättande



Digitala berättelser kan innehålla inte bara text, bilder, video och ljud, utan också interaktiva element som kartor och element i sociala medier som tweets.

Konceptet täcker också en rad digitala berättelser, inklusive digitala webbaserade berättelser, interaktiva berättelser och hypertextberättelser.

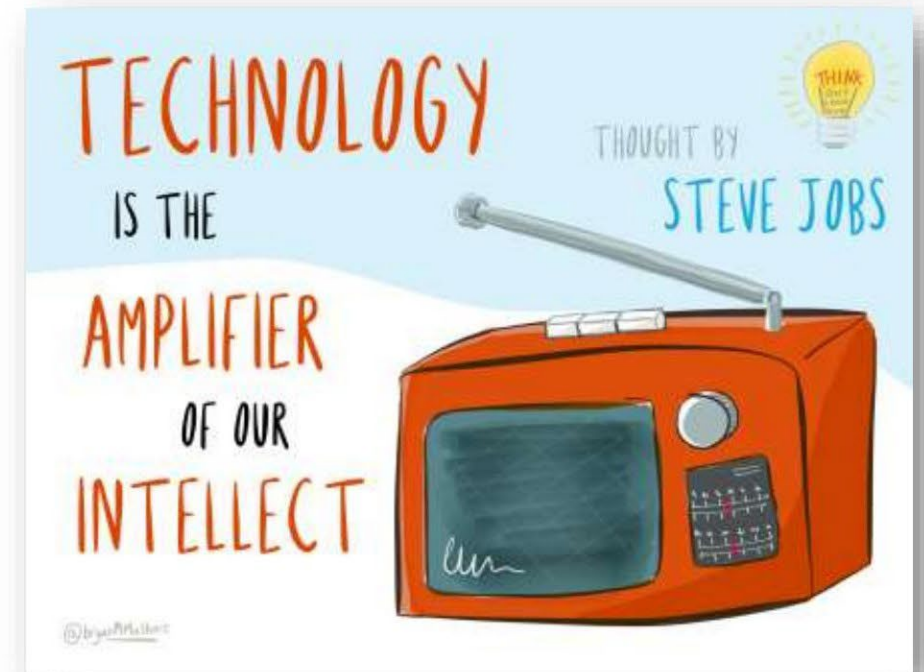
I hypertextfiktion, till exempel, kan läsare använda hypertextlänkar för att flytta från ett stycke text till nästa.

Anpassad från: Metaphors We Live By

## I alla fall:

- Ingen teknik eller specialeffekter kan
  - övervinna en svag, ointressant historia.
- Principerna bakom effektivt digitalt berättande är desamma som för muntliga eller skriftliga berättelser.
- Så först ska vi kort titta på hur man skapar en bra story – oavsett format!

"All teknik är en förstärkare... och vad händer när du ger en dålig gitarrspelare en större förstärkare?" Jason Ohler (2008)



[Tekniken är förstärkaren av vårt intellekt](#)

av [@bryanMMathersis](#) licensierad under [CC-BY-ND](#)



# Bra berättelser är:

Engagerande

Relaterat

Konversation

Personligt

Minnesvärd

Enkelt!

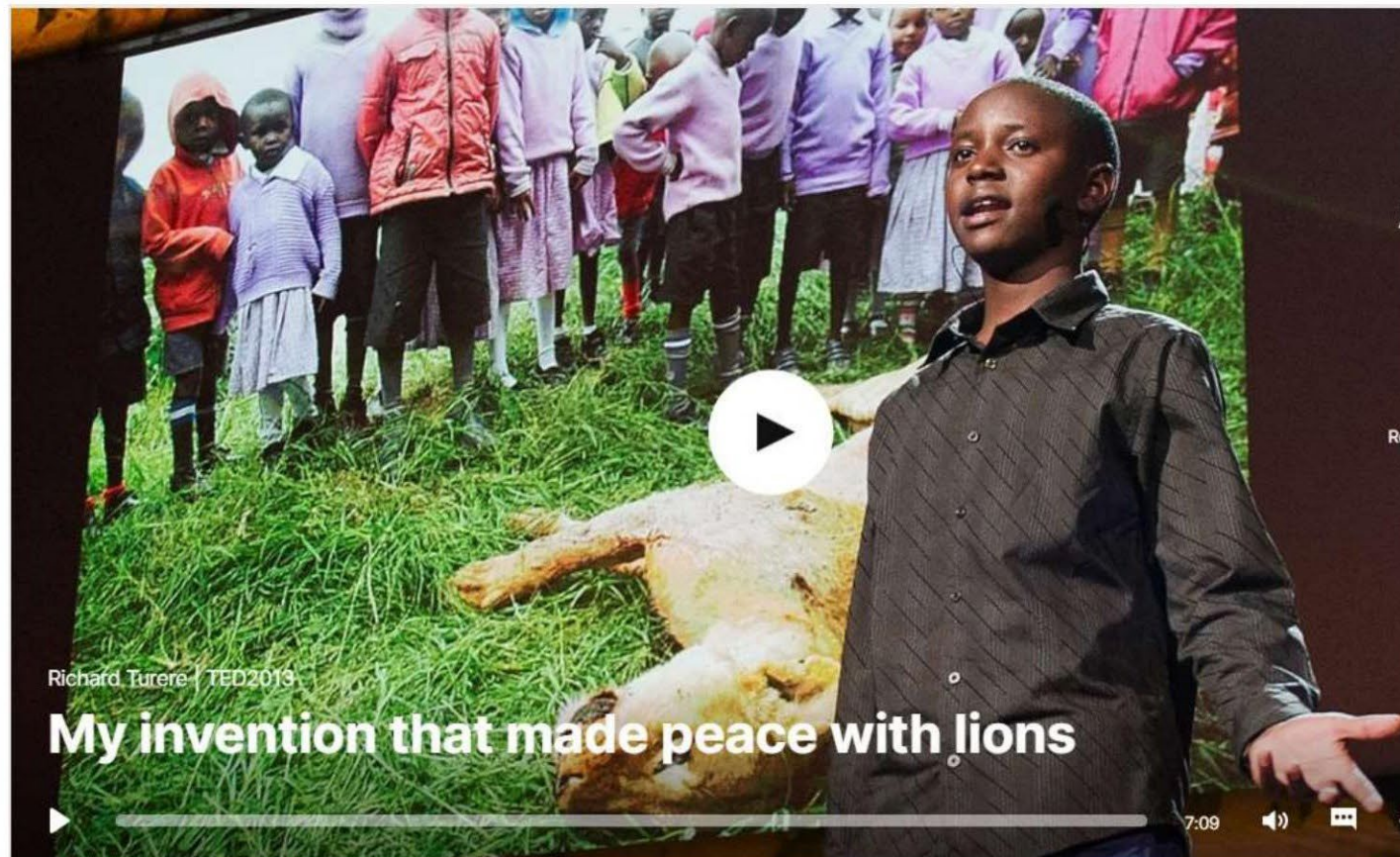
Kul



• **AKTIVERA VÅR FANTASIN**



## Aktivitet 1. Se den här digitala berättelsen...



Tyckte du att det var engagerande, relaterbart, konversationsrikt, personligt, minnesvärt, enkelt och roligt? Om så är fallet, fundera över hur detta uppnåddes ... och vad har du lärt dig av det?

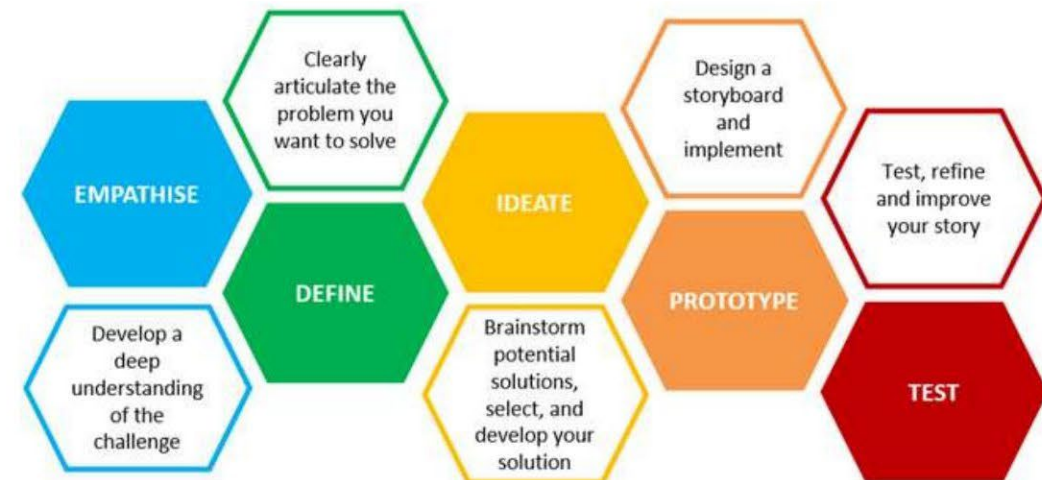
# Använda Design Thinking för Digital Storytelling

Design Thinking är en metodik som hjälper till att lösa komplexa problem och hitta önskvärda lösningar. Det kan erbjuda ett strukturerat ramverk för att förstå och sträva efter innovativa och effektiva lösningar för din digitala berättelse.

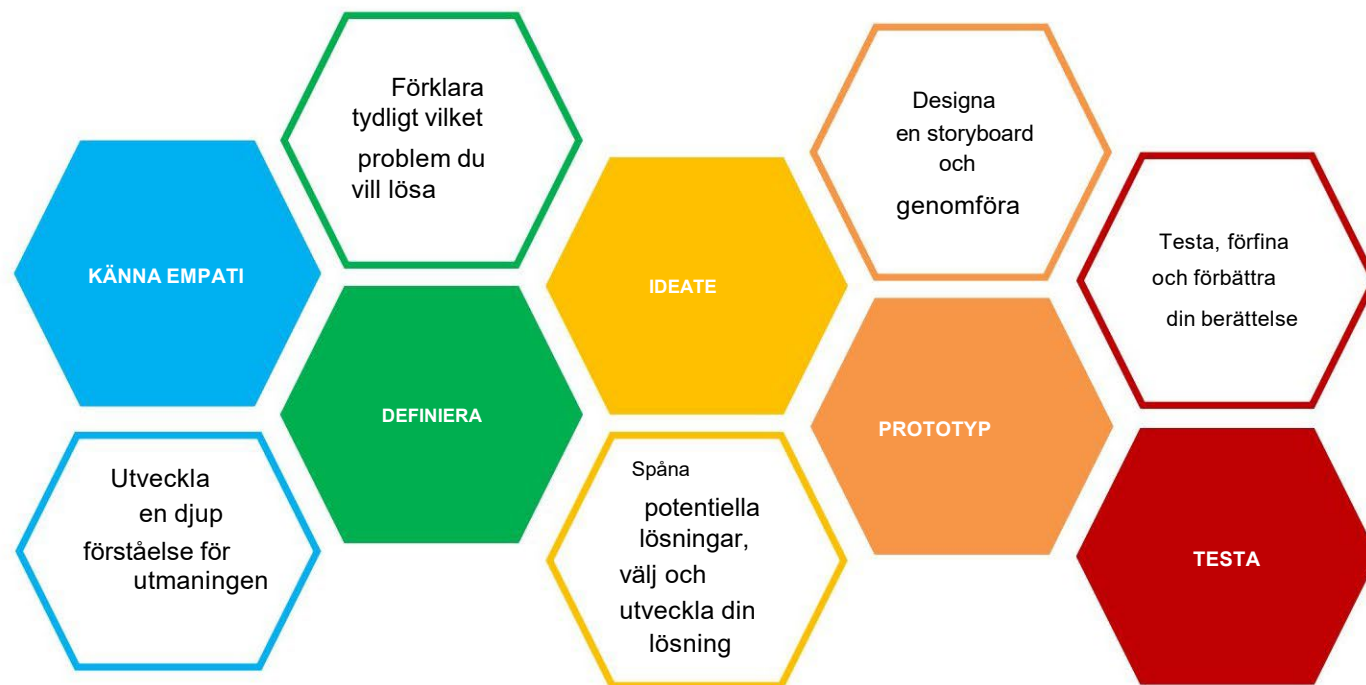
Design tankecykeln innefattar:

- använda observation och empati för att förstå "utmaningen" och din publiks behov
- skapa en möjlighet eller definiera omfattningen av en utmaning
- skapa kreativa idéer
- Bygga och testa en prototyp av din berättelse (t.ex. genom en storyboard)

testa och förfina lösningar innan du "går live" med det



# Använda Design Thinking för Collaborative Digital Storytelling



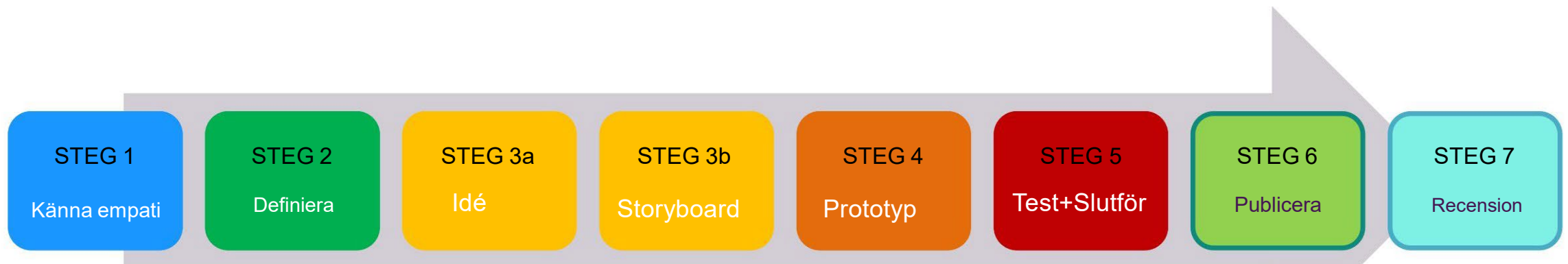
Som ett tillvägagångssätt för **kollaborativt lärande med en grupp elever** skapar det en strukturerad ram för:

• identifiera utmaningar, • samla information, • generera potentiella lösningar, • förfina idéer, • och testa lösningar.

## Design Thinking utövar vår kreativitet!

# Skapa en digital berättelse med hjälp av Design Thinking Process

1. EMPATIERA med din potentiella publik
2. DEFINIERA vad du hoppas uppnå - Berättelsekonceptet
3. IDEATE: Brainstorma idéer; Planera och generera tomten; skapa en storyboard
4. PROTOTYP: Realisera/filma/spela in/kuratera sammanställa berättelsen med multimedielement
5. TEST: förfina och avsluta
6. Publicera och dela
7. Granska



# Steg 1: EMPATIERA

## Vem är din målgrupp?

Vad vet du om dem, deras behov eller vad kommer att engagera dem?

*Berättande ska skapa en känslomässig koppling mellan dig och din publik; de måste relatera till det!*



Att känna igen några vanliga komponenter i berättelser som ligger till grund för alla berättelser gör det mycket enklare.

Ta en titt på två komponenter som kan hjälpa oss att forma och berätta våra historier bättre genom sparkol.com (berättarprogramvaran VideoScribe och StoryPoint).

### Handlingar som engagerar

I *The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories* förklarar Christopher Booker hur några av våra mest älskade berättelser genom historien faller in i endast SJU distinkta berättelsetyper. [Universella berättelser som fortfarande lockar publiken](#)

### Strukturer som engagerar

Att berätta en historia tar med publiken på en resa. Vilken typ av erfarenhet de har beror mycket på hur [du flyttar dem genom berättelsen. Det kallas struktur - och det här blogginlägget från sparkol.com hjälper dig förstå åtta vanliga strukturer du kan välja mellan för att bygga din berättelse](#) [Åtta klassiska berättartekniker för engagerande presentation](#)

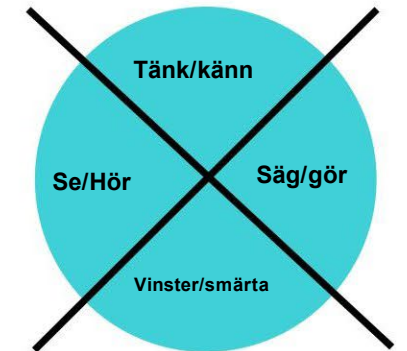


# Aktivitet 2: Skapa en empatikarta

• **Uppgift:** Intervjua (eller genom att fråga dig själv) och skapa en empatikarta (15 minuter)

• **Ämne:** "Vad berättelser betyder för mig"

• **Hur:** Skriv svar på följande frågor i korta fraser t.ex. på Post-it-lappar



## Tänk/känn

- Vad tänker du på när du hör frasen "digital berättande"?
- Vilka känslor eller minnen kommer du ihåg när du pratar om berättelser och berättande?
- Vad gör en "bra historia" för dig personligen.

## Säg/gör

- Vem är en berättare du beundrar?

Vad, när, var eller vem har du alltid velat berätta en historia om?

- Om du blev ombedd att berätta en historia vid ditt nästa möte, event, familjeträff, hur skulle du gå tillväga?

## Vinster/ smärtor

- Varför gillar du speciella typer av berättelser?
- Vilka typer av färdigheter kan du behöva fräscha upp för att bli en bättre berättare?
- Var kan du stöta på utmaningar? Vilka typer av utmaningar?
- Vad kan komma i vägen för dig att berätta fler historier i ditt

arbete?

## Se/Hör

- Vilken var den senaste bra berättelsen du läste eller lyssnade på till?



# STEG 2 och 3: DEFINIERA och IDÉERA

## A. DEFINIERA syftet med berättelsen

– *Vad är budskapet?*

## B. IDEATE:

– *Vad är din historia?*

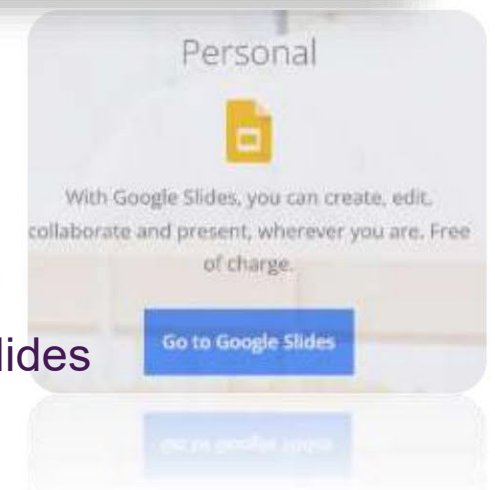
– *Hur vill du att din publik ska reagera?*

Sätt att göra detta inkluderar:

Brainstorma idéer med traditionella metoder eller alla digitala medel som Google Slides

Lyssna, söka och läsa efter ämnen

Tänker på din personliga kunskap, erfarenhet och resa







## Aktivitet 3: Generering av kreativa idéer (30 minuter)

### Uppgift:

1. Definiera budskapet du vill förmedla till din publik
2. Ta 15 minuter med din grupp för att brainstorma berättelseidéer – var kreativ – var fantasifull – håll inte tillbaka idéer (hur galna de än kan verka)
3. Stå tillbaka och saml idéerna i liknande områden (om möjligt!)
4. Välj en idé (eller ett kluster av idéer) som du känner bäst tjänar till att förmedla budskapet och med potential att vara:
  - Engagerande
  - Relaterbar
  - Minnesvärd



# STEG 2b: Skapa ett ramverk/plan för din digitala berättelse

## Innehåll

**Varför**  
Vilka är de viktigaste frågorna/ budskapen du vill förmedla?

**Vad**  
Vad är det som behöver göras/måste ändras?

**Hur**  
Vilka aktiviteter måste göras för att förändring ska ske?

**Tänk om...**  
Hur kommer framtiden att se ut om vi gör detta?  
  
Vad händer om det inte blir någon förändring?

## Publik

**WHO**  
Vem behöver vara med för att detta ska hända?

**Inläring**  
Vilka är de viktigaste lärdomarna som du hoppas kommer att dras?  
  
Hur varierar detta för olika elever?

## Berättelse

**Strukturera**  
Vad är ramverket för berättelsen?

The diagram illustrates a narrative framework with five interconnected elements: 'De Miljö' (The Environment), 'De Tecken' (The Signs), 'Handlingen\_ frågor/konflikt/ problem' (The Action\_ questions/conflict/problem), 'oro / oro / potentiell påverkan' (worry / worry / potential impact), and 'De Upplösningar' (The Resolutions).

**Tecken**  
Vilka eller vilka är nyckeltecken?  
  
Vilka är de faktorer som gör att publiken kan känna empati med karaktärerna?

**Känsla av brådska**  
Varför ska 'publiken' göra ett val för att stödja förändringen/föreslagen lösning – och när...nu?

**Leveransplan**  
Vilken är sekvensen av människor, platser och händelser för att berätta historien för publiken?

## Säga

**Design**  
Vilka är de relevanta formaten för det visuella innehållet?  
  
Vilka digitala verktyg?  
  
Finns det kulturella, organisatoriska eller personliga förväntningar från publiken?

**Testa/få feedback**  
Vem ska inkluderas i testningen av berättelsen innan den går live?  
  
Hur får du feedback om dess användning/värde?



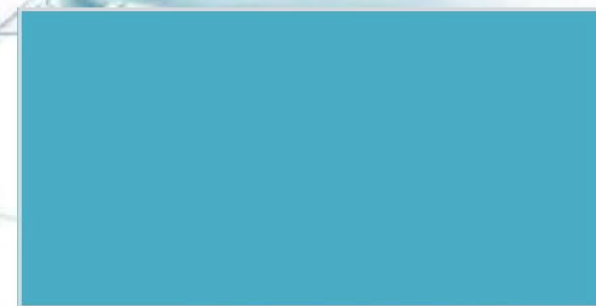
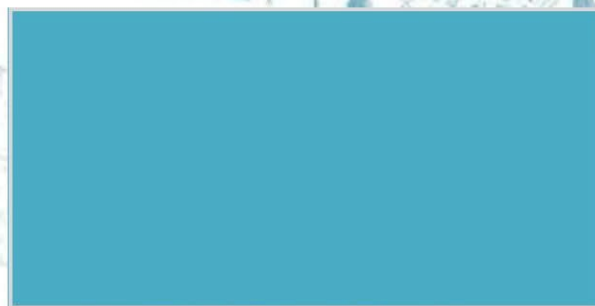
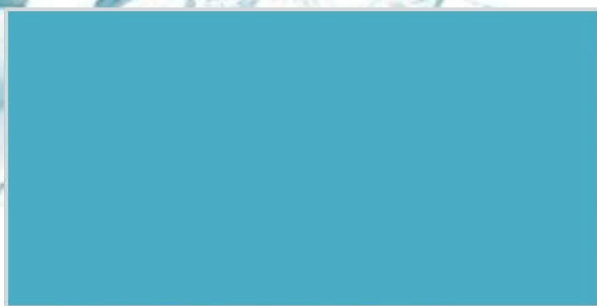
# Steg 2c: Skapa en storyboard



## Aktivitet 4: Skapa en storyboard (30 minuter)

Uppgift:

1. Använd en enkel Storyboard-mall och skissera de första scenerna i din berättelse på papper.



2. Eller överför dina idéer till en digital storyboard.



# Steg 4: PROTOTYP

- Nästa steg är att skapa en digital prototyp av din berättelse.
- Det är här du skapar, kurerar material, sammanställer, filmar, spelar in och sätter ihop din berättelse i dess digitala format.
- **Det finns många digitala verktyg du kan använda för att göra detta.**
- **Topptips:**
  - *Håll fokus på ditt budskap*
  - *Sikta på att visa istället för att berätta*
  - *Less is more när det kommer till visuella effekter*
  - *Håll det kort och koncist – helst mindre än 5 minuter*



# Appar och verktyg för digitalt berättande

Det finns många digitala verktyg tillgängliga för att hjälpa dig skapa innehållet för dina digitala berättelser – och många YouTube-videor som visar hur du använder dem!



[Bokskapare](#)

[Cloud Stop Motion](#)

[Elementari](#)

[Förklara allt](#)

[Föreställ dig skog](#)

[Imagistory — Creative Make Beliefs](#)

[Comix](#)

[PicLits](#)

[Pixton](#)

[Plotagon](#)

[Powtoon](#)

[Bildspel](#)

[Taljournal](#)

[Storyboard That](#)

[Story Creator](#)

[Story Dice](#)

[Story Jumper](#)

[Strip designer](#)

[Berätta om detta](#)

[ThingLink](#)

[Toontastisk](#)

[Rösttråd](#)

[Vyond](#)

[SkrivComics](#)

[Skriv-på-video](#)



# STEG 5, 6 OCH 7

- **STEG 5: TEST** Förhandsgranska, dela, granska, reflektera, bedöma och förfina ditt arbete innan du slutför det. Återigen finns det en rad digitala verktyg som kan stödja detta, t.ex. [Google Sites](#), [Google Presentationer](#) eller [Flipgrid](#).

Äntligen, när du är glad...

- **STEG 6: PUBLICERA!** Om du har använt en författarskap plattform/app kommer du att kunna 'gå live' där. Alternativt kanske du vill ladda upp din berättelse till en lärplattform, webbplats eller digital publiceringsplattform etc.
- **STEG 7: GRANSKA och utvärdera effekten**

Är din digitala berättelse:

Engagerande?

Relaterat?

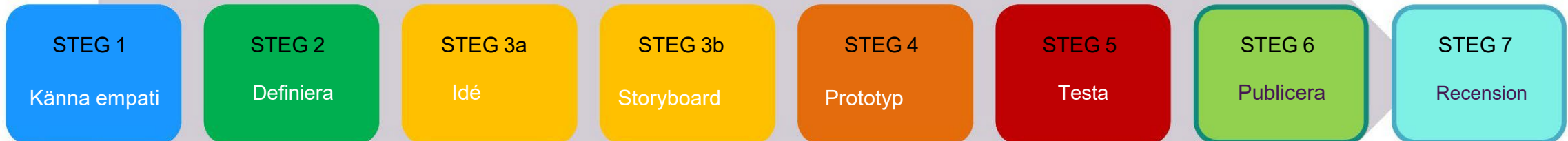
Konversation?

Personligt?

Minnesvärd?

Enkelt!

(roligt?)



# Digital Storytelling i C-VET

- Teknikframsteg ökar den potentiella användningen av digitalt berättande i C-VET/Uppdatering och Uppfostran.
  - Till exempel: de som utbildar och arbetar inom hälsosektorer och discipliner, inklusive individer med minimal teknisk expertis, kan skapa digitala berättelser för att stödja lärande. Skapandet och användningen av dessa berättelser kan främja kreativt och reflekterande lärande över hälsoprofessionerna. Det kan exponera vårdpersonal för andras erfarenheter, kulturer och synpunkter. Det kan också föra patienters erfarenheter och autentiska röster in i vårdutbildningen och därmed potentiellt förbättra interaktionen mellan kliniker och patient samt främja empati i sjukvården.
1. I vilka sammanhang och i vilka syften skulle digitalt berättande kunna användas i uppdateringen av vårdpersonal?
  2. Vilken inverkan kan digitalt berättande potentiellt ha på deras lärande och beteenden?



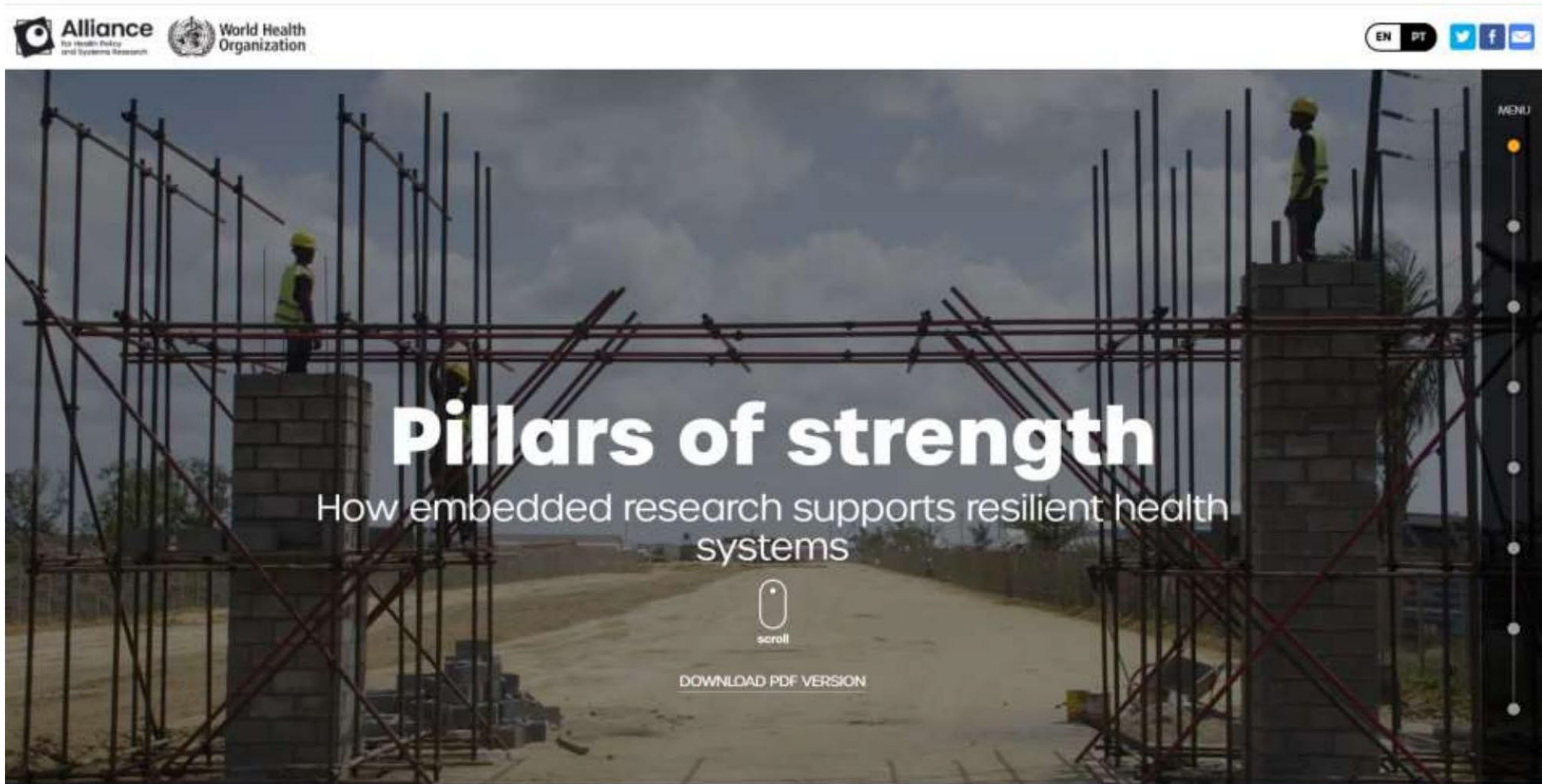
## Exempel på god praxis på digital berättelse för utbildning



<https://www.imperial.ac.uk/stories/covid-19-first-six-months>



## God praxis Exempel på digital berättelse som förklarar forskning



<https://www.ahpsr.org/stories/pillars-of-strength-embedded-research-resilience-mozambique>


## Bra gjort, digitalt berättande engagerar anställda/studerande och berikar upplevelsevärdena för berättelser inom organisationer:



Digitala berättelser har en hög grad av resonans när de produceras genom en **samarbets- eller deltagandeprocess**, där deltagare och facilitatorer tillsammans strävar efter att använda innovativa former av kreativ kommunikation och uttryck.

Video är en populär form av kollaborativt berättande, som ofta används för att driva social förändring genom att ge en röst till dem som har det största intresset i den tänkta transformationen.

## Bra gjort, digitalt berättande engagerar anställda/studerande och berikar upplevelsevärdena för berättelser inom organisationer:



**Uppslukande  
Berättande** ger  
engagemang  
genom **empati**

Uppslukande berättande tar samarbetsberättelser till nästa nivå. Denna typ av digitalt berättande bjuder in läsaren direkt till det narrativa rummet genom att blanda den fysiska världen med virtuell eller förstärkt verklighet. Det ger dem möjlighet att delta i berättelsen som utvecklas.

Om du vill fånga och hålla kvar din publiks uppmärksamhet är uppslukande berättande ett kraftfullt tillvägagångssätt.

Till exempel, när man bygger kundrelationer, berikas medarbetarupplevelsen av exponering för uppslukande, kundfokuserade digitala berättelser. Diagram och grafer från en kundundersökning är användbara, men berättelser avslöjar mänskliga önskningar, smärtpunkter och ambitioner bakom data.

Den empati som framkallas av kundberättelser leder till en djupare förståelse för kundernas behov, vilket leder till meningsfull processförbättring och produktinnovation.

# Bra gjort, digitalt berättande engagerar anställda/studerande och berikar upplevelsevärdena för berättelser inom organisationer:



Medarbetar-/lärarupplevelse är en öppen berättelse som består av de berättelser vi berättar om oss själva och om vår möjliga framtid.

Bakom dessa personliga berättelser ligger en drivkraft för självupptrinng, som inspirerar till kompetensutveckling. Effektivt medarbetarengagemang innebär att locka fram, utveckla och dela dessa öppna berättelser.

Digitalt berättande bygger på öppenheten hos anställdas upplevelse på kraftfulla sätt utöver vad som är möjligt i traditionella berättarmedia. Den digitala teknikens deltagande och uppslukande möjligheter gör det möjligt för anställda att bestämma hur deras berättelser utvecklas i realtid.

Vilket bättre sätt att motivera värdeskapande beteenden och internalisera argumenten för förändring?

# För säkerhets skull, här är några prestationstekniker för en talad berättelse

Att komma ihåg och återberätta elementen:

kartlägga handlingen som en minnesteknik

använd berättelseskelett för att hjälpa dig komma ihåg de viktigaste händelserna

tänk på handlingen som en film eller en serie sammankopplade bilder

berätta historien för dig själv med dina egna ord

skapa din egen version av berättelsen (anpassa och improvisera)

återberätta den flera gånger tills det känns som en berättelse

# Programvara för digitala berättelser

[Animationsklass](#) - Ett dra-och-släpp-verktyg som erbjuder funktioner som grupphantering, en in-app messenger, och uppgiftsspårning.

[Bokskapare](#) - En mobilapp (iOS/Chrome) för att sätta ihop fantastiska e-böcker och digitala berättelser med text, ljud, bilder och video.

[BoomWriter](#) – En säker sida för att skapa digitala berättelser. (När en berättelse har publicerats online kan en verklig bok bli det beställde.)

[Buncee](#) - En digital duk som inkluderar en utbildningsportal som gör det möjligt för lärare att spåra och övervaka elevernas framsteg, skapa uppgifter, dela ett "Ideas Lab" och mer.

[Cloud Stop Motion](#) - Skapa stop-motion videoprojekt från vilken webbläsare eller enhet som helst som kan användas för digitalt berättande eller projektbaserat lärande.

[Komiskt liv](#) - En rolig och lättanvänd iOS-app för att berätta en historia genom att skapa en anpassad digital serie.

[Elementär](#) - Läs, skriv, koda, dela och remixa interaktiva digitala berättelser, portföljer, välj dina egna äventyr och mer med hjälp av professionella illustrationer och ljud.

[HeadUP](#) - Låter eleverna skapa vackra berättelser inom olika ämnesområden i bara en fråga om sekunder.

# Användbara referenser och resurser

- ❖ A Guide to Digital Storytelling (BBC): <https://www.bbc.co.uk/wales/audiovideo/sites/yourvideo/pdf/aguidetodigitalstorytelling-bbc.pdf>



This learning module has been developed as part of an Erasmus+ KA2 project  
**Critical Curation and Collaboration in Learning (Cur8)**  
and is funded with support from the European Commission.



This work is intended for educational purposes and is licensed under  
[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) @ [The Cur8 Consortium](https://www.cur8.eu/)  
(except for referenced screenshots and content).

*The Cur8 project has been funded with support from the European Commission. The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*



## Digital Storytelling – ytterligare anteckningar



This work is intended for educational purposes and is licensed under [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) @ [The Cur8 Consortium](https://www.cur8.eu/)

*The Cur8 project has been funded with support from the European Commission. The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*

### BILD 9

#### Bra berättelser är engagerande

Scenarier och animationer är två favoritsätt att använda berättande i vuxenutbildning.

#### Bra berättelser är relaterbara

Skräddarsy din berättelse till dina publikmedlemmar genom att skapa karaktärer som är relaterbara. När en elev kan relatera till en karaktär kommer de att känna sig bättre kopplade och utveckla en förståelse för upplevelsen av din karaktär.

#### Bra berättelser är konverserande

Skriv dialoger som är konversationstoner och använd ett språk som dina elever faktiskt skulle använda med varandra och sina barn. Överväg att använda "slang" för att göra konversationen mer autentisk. Undvik akronymer. Läs dina dialoger högt för att bekräfta att de låter som naturliga samtal.

#### Bra berättelser är personliga

Var inte rädd för att dela personliga berättelser som inkluderar misslyckanden och lärdomar. Personliga berättelser som kommer från hjärtat tenderar att få resonans hos eleverna och ge dem ett säkert utrymme att lära sig vad de ska göra (eller inte göra). Det är trots allt säkrare – och mycket roligare – att lära av andras misstag än att misslyckas själv.

#### Goda berättelser är minnesvärda

Börja med att komma på en stark krok och avslutning, fokusera sedan på storyboarding av de olika elementen som hjälper till att göra din berättelse minnesvärd. Lägg till konflikter för att göra dina karaktärer mänskliga. Tänk på hur du visuellt kommer att skildra din berättelse. Bestäm om du ska berätta historien för dig på en gång eller väva den genom hela inlärningsresultatet.

#### Bra berättelser är enkla

Läs och läs om historien, redigera dig själv längs vägen. Be andra att granska din berättelse och hjälpa till att finjustera den för att göra den enkel men ändå engagerande, relaterbar, konversativ, personlig och minnesvärd.

#### Bra berättelser är roliga

Om du till exempel använder animationer, överväg att fokusera din berättelse kring ett tema, till exempel superhjältar. Ha kul med att skapa lärandeaktiviteter som knyter an till ditt tema. Använd



till exempel skurkar för att "uppföra sig illa". När du har roligt med att berätta din historia kommer eleverna att gilla att lära sig mycket mer.

## BILD 11: Design Thinking and Storytelling

- 1. Empatisera** : Empati är mittpunkten i människocentrerat designtänkande. För att skapa en innovativ lösning på ett problem är det viktigt att observera människor – vad de gör, hur de lever och deras berättelser. Att observera människor bygger en förståelse för hur de tänker och känner, vad de värdesätter och hur de ser på världen. Empati inkluderar nästan alltid någon form av engagemang med människor. Engagemang kan vara ett samtal eller en steg-för-steg-förklaring om hur saker och ting går till.
- 2. Definiera** : Att definiera en fråga eller utmaning baserad på empati förändrar ofta det ursprungliga problemet du trodde att du förstod hur du skulle lösa. Att definiera ett problem eller en utmaning baserat på användarnas behov ger fokus, ramar in frågan, inspirerar och stärker, informerar kriterier för att utvärdera konkurrerande idéer och håller frågan i sfären av "handlingsbar".
- 3. Idé**: Fira möjlighetens kraft! Ideate är utrymmet för att utan att döma föreställa en mängd olika "vilda, älsklingar och praktiska" idéer. Idébildning motverkar linjärt tänkande och hjälper människor att ta steget bortom självklara lösningar.
- 4. Prototyp**: När du har idéer är det dags att experimentera med prototyper. En prototyp är en möjlig lösning som ger tid för feedback. Prototyper är enkla – storyboards, handgjorda modeller, affischer eller rollspel. Det är viktigt att skapa något väldigt snabbt för att se om den ursprungliga frågan har besvarats. Kanske var frågan i sig fel och det är dags att gå tillbaka till ritbordet. Bättre att misslyckas snabbt och billigt innan du går vidare till formella bedömningar.
- 5. Test** : Testning är kulmen på designtänkandets empati-definiera-ideera-prototyp-utrymmen. Problem har inramats och omformats. Nu är det dags att engagera sig i verkliga tester i realtid där användarna är involverade. Det är bara när vi tillåter oss själva, våra team, våra elever att uppleva rum av designtänkande som vi kan genomföra autentiska bedömningar.

Designtänkande är aktivt och inkluderande. Och barn omfamnar designtänkande med bravur. Skolor runt om i världen anammar designtänkande som ett nytt sätt att lära sig och ett sätt att öka elevernas engagemang.



## Hur man skapar en effektiv berättelse

### Fokusera på ett huvudkoncept i taget

Håll det enkelt! När du börjar komponera en berättelse är det viktigt att fokusera på bara ett huvudkoncept åt gången. Du behöver inte förmedla all information du skulle göra i klassen eller i en text, men du måste isolera de nyckelpunkter som du vill att eleverna ska komma ihåg. Vilken är den viktigaste punkten för dina elever att gå iväg med? Låt oss säga att du försöker hjälpa eleverna att förstå begreppet positiva samband. Din berättelse måste bara fokusera på positiva korrelationer och inte något annat än positiva korrelationer. Fundera igenom vad konceptet faktiskt behöver förmedla som ett budskap. Skriv ut meddelandet och håll det enkelt.

### Planera med ett manus

Det rekommenderas att du skriver, om inte ord för ord, så åtminstone med en detaljerad och stark kontur.

Några viktiga saker att komma ihåg innan du dyker in är:

**Noggrannhet** – kontrollera dina fakta. Även om du känner till ditt innehåll på nära håll, dubbelkolla datum, platser och fakta i allmänhet. Är dina uppgifter uppdaterade? Och om du använder data, tänk på att den inte bör vara för tidskänslig om du vill att din video ska ha en livslängd.

**Längd** – Forskning och våra egna anekdotiska erfarenheter visar att uppmärksamheten är kort. Vi försöker hålla våra videor/animationer under 7 minuter och ännu bättre under 4. Du behöver inte packa in all information i din video. Det är en historia. Ditt övriga innehåll kan presenteras i form av läsningar, andra typer av videor, text & grafik och elevfokuserade aktiviteter.

**Publik** – Är din berättelse för studenter? Utexaminerade? Professionella studenter? Har de sammanhang för berättelsen och är jargongen bekant för dem? Är de globala? Om du nämner en geografisk plats i USA, är det en stad eller stad känd av studenter i Abu Dhabi? Se till att du talar globalt – både geografiskt och kulturellt.

### Analysera innehållet och sätt upp mål

Till att börja med, titta på ditt eget innehåll som det finns för närvarande. Dina föreläsningar personligen kan vara en och en halv timme långa, och de innehåller förmodligen flera olika undervisningsformer. Många människor börjar med antagandet att de kommer att spela in alla sina föreläsningar som de finns för närvarande, men video eller animation kan inte ersätta föreläsningen. Den har verkliga gränser som måste beaktas:

- Den är linjär
- Det rör sig i sin egen takt, inte elevernas takt
- Det är inte interaktivt
- Videoramen kan inte hålla täta grafer, diagram eller text väl.

Tänk på den fullständiga strukturen för din lektion och den fullständiga verktygsuppsättningen av teknik du har tillgänglig. Vi finner att den största avgörande faktorn för om en video eller animation är framgångsrik eller inte händer innan du någonsin spelar in eller manus, när du väljer vilket innehåll du ska spela in i första hand.



Att berätta bra historier innebär att ha bra historier, och de flesta av oss har bra historier inom våra föreläsningar, även om föreläsningen som helhet inte kan passa in i den strukturen. Leta efter följande: Anekdoter, historiska berättelser, fallstudier, allegorier, tankeexperiment – det här är alla bra ställen att börja. Underskatta inte vikten av att personligen relatera till en berättelse. Om det är något i ditt arbete eller din forskning som rör dig, är det desto mer troligt att det kommer att röra dina elever.

### **Öppna med en krok**

Det är viktigt att öppna din berättelse med en krok som fångar din publiks uppmärksamhet. En krok är en intressant händelse, fråga eller problem som uppmuntrar eleven att fortsätta lyssna. Om du till exempel lär ut begreppet positiva samband, börja din berättelse med en incident, ett mysterium eller ett problem som berättelsen så småningom kommer att lösa.

### **Gör dina huvudkaraktärer sympatiska och relaterbara**

Dina huvudkaraktärer måste vara relaterbara till dina elever till den grad att dina elever bryr sig om huvudpersonen/erna. I vissa fall, om du skriver en fabel eller allegori, behöver karaktärerna inte vara riktiga människor eller ens människor. De kan vara djur, utomjordingar eller livlösa föremål. Men de måste kännas verkliga i den meningen att de inte är perfekta utan har styrkor och svagheter som alla andra.

### **Utveckla ett tema, en miljö och väldefinierade karaktärer**

Vad är temat för din berättelse? Var äger det rum? Och vem är huvudpersonen eller karaktären i berättelsen och vilka är bikaakterna?

### **Börja med slutet och arbeta baklänges**

Vet var slutet är från början så att du motstår att gå ner i kaninhål som förvirrar eller distraherar lyssnaren från att förstå det centrala temat eller budskapet. Skapa en tidslinje genom att arbeta baklänges från slutet till början. Tänk sedan på vad som kommer precis innan slutet och så vidare. Fortsätt arbeta baklänges tills du kommer till början av din berättelse.

### **Övergång till mitten**

Från din krok, övergång till att ta itu med frågan eller problemet som anges i kroken. Utveckla det centrala temat, karaktärerna och miljön som leder lyssnaren/tittaren på vägen mot en lösning.

### **Ta hem meddelandet med en ah-ha-stund**

Gör ditt slut till ett ah-ha-ögonblick som tar hem det centrala temat i din berättelse. Slutet bör anspela på sanningen, berättelsens moral, upplösning eller stor betydelse.

### **Var bekväm med att skapa utkast och storyboards**

Börja med ett utkast till din berättelse för att få ner alla punkter som du behöver täcka. Lagg sedan ner historien, gå därifrån och plocka upp den igen om en dag eller två. När du tar upp berättelsen igen läs den för klarhet och sammanhållning. Omarbeta berättelsen för att utveckla temat, detaljerna och flödet. Se till att det finns en början, mitten och slutet med en tydlig båge till berättelsen.



## Överväg användningen av bilder och rörelse

Ibland kan du bära din berättelse utan någon bild alls och lita helt på att publiken använder sin fantasi. I andra fall är det visuella avgörande för att förstå och driva hem budskapet. Visuella bilder kan ta formen av fotografier, teckningar eller animationer. Visuella bilder, särskilt animerade, kan bidra till att ge berättelsen liv. Du kan använda din kropp för att gestalta berättelsen eller utveckla teckningar. Detta hjälper till att hålla deras uppmärksamhet fokuserad på budskapet du kommunicerar.

Om du använder bilder behöver du inte förklara varje bild och på samma sätt kan bilder ersätta ord. Faktum är att några av de mest effektiva bilderna är tagna utanför studion eller klassrummet. Vi uppmuntrar dig att fundera på att komma ut på fältet – till staden för att visa dina elever prov på din berättelse eller för att intervjua andra experter.

Du behöver inte vara en konstnär för att skapa bilder för att ackompanjera din berättelse, men om du inte känner dig bekväm med att göra det visuella, se om du kan hitta en motion graphic artist eller grafiker som hjälper dig storyboard och bygga ut din berättelse. Studenter inom bildkonst kan vara till stor hjälp inom detta område och de är ivriga att bygga ut sin portfolio med verkligt arbete. Lägg din berättelse i 3-kolumnsmanus (se exempel) och utveckla det visuella eller arbeta med din bildkonstnär. Storyboardprocessen hjälper till att förfina berättelsen ytterligare.

Om du skriver fullständigt, kom ihåg att skrivandet för skärmen är mer kortfattat och konversationsrikt.

## OM DU BERÄTTAR:

### Bjud in interaktion och anpassa dig till dina lärandemål

Här är några strategier:

- Följ upp med frågor och diskussionsuppmärksamhet efter din berättelse.
- Be eleverna återberätta berättelsen i en enminutersuppsats.
- Be eleverna att lösa nya problem (visa inläring och överföring).
- Låt dina elever skapa sina egna berättelser om de koncept de lär sig.
- Använd goda principer för mediedesign
- Lägg inte till för mycket visuella detaljer som förvirrar eleven.
- Håll jämna steg med ljud och bild så att eleven kan bearbeta budskapet.
- Använd inte musik och ljudberättelse samtidigt.
- Använd inte text och berättarröst samtidigt.
- Använd tekniker som zoomning och panorering på lämpligt sätt.
- Redigera, redigera, redigera.

### Feedback och revideringar

När du har slutfört ett utkast till ditt manus och är nöjd med det, visa det för en kollega – någon som är bekant med innehållet eller ännu bättre, någon som är nybörjare och kanske är mer benägen att läsa det som en av dina elever skulle göra det. Ta reda på om det finns några områden av förvirring,



och om berättelsen förmedlar vad du avser. Var också uppmärksam på rösten som du skriver med – återigen kräver skärmen en mer konversationstön än sidan. Anta inte att all terminologi är tydlig för din publik.