

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=mSi0kmqOBu4>

Why storytelling is so powerfull in the digital era? Ashley Fell, 2017

Tłumaczenie: Dorota Michalik

Ciekawa jestem, jaka była wasza ulubiona historia, kiedy byliście młodszy. Może to jedna z opowieści, które w kółko czytali wam rodzice. Moja ulubiona to „Bardzo głodna gąsienica” Erica Carla. Wzbudza we mnie emocje, bo tę właśnie książkę zawsze czytała mi mama. Wiecie, w czasach kiedy jeszcze czytaliśmy książki.

(Slajd: Zdrowie tych, którzy nadal czytają książki)

Ale jeśli znacie tę książkę, to wiecie że, zgodnie z tytułem, gąsienica rzeczywiście urodziła się bardzo głodna i przez pierwszy tydzień życia bardzo zdrowo się odżywiła. W poniedziałek wgryzła się w jabłko, we wtorek w dwie gruszki, w środę w trzy śliwki, itd. Ale na koniec, jeśli znacie tę historię, to wiecie, że w sobotę trochę zaszalała i, to naprawdę urocze, na dole jest napisane „Tamtego wieczoru rozboleł ją brzuch”.

Dobra historia, to taka, z którą można się utożsamić, a ja utożsamiam się z bohaterką tej książki. Czasem sobie mówię: „W tym tygodniu będę naprawdę zdrowo jadła, będzie super”, a potem pod koniec dnia czy tygodnia jem wszystko, co się nawinie. Ale mówię wam to, żeby pokazać, że identyfikujemy się -- może niektórzy z was się z tym nie utożsamiają, może jesteście bardzo zdyscyplinowani, więc, pomyślałam, że może można by stworzyć adaptację tej książki i nazwać ją „Bardzo gniewna gąsienica”, bo na pewno wszyscy czasem doświadczamy tej emocji w naszym życiu.

(Slajd: *han·gry (ang.) przymiotnik* gniew spowodowany brakiem jedzenia; głód powodujący negatywne zmiany w stanie emocjonalnym.)

Ale mówię o tym wszystkim, żeby podkreślić, że opowieści mają niezwykłą moc.

Nazywam się Ashley Fell i jestem przewodniczącą ds. komunikacji w centrum badań naukowych McCrindle. Jesteśmy agencją badawczą z siedzibą w Sydney. Pewnie się zastanawiacie, co takiego badania mają wspólnego z komunikacją i wielokrotnie zadawano mi to pytanie, kiedy robiłam licencjat na kierunku Komunikacja.

(Slajd: O, masz dyplom z nauk humanistycznych? Na pewno poszerza ci to perspektywy pracy)

Każdy student wydziału humanistycznego zna ten ból. Wydają mi się, że mamy nieco kiepską reputację. Ale chciałam tylko powiedzieć, że w naszych badaniach mówimy dużo o przyszłości na rynku pracy i przyszłych pracownikach, co się stanie w związku z cyfryzacją i automatyzacją itd. Wiele uwagi poświęca się dziedzinom z grupy STEM: nauki przyrodnicze, technologia, inżynieria i matematyka. Nie chcę umniejszać tego, czym zajmują się studenci

„Myślenie wizualne w edukacji globalnej”

Projekt jest współfinansowany w ramach polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP w 2020 roku



tych dziedzin, są niesamowici, ale nasze badania pokazują, że to właśnie osoby z umiejętnościami miękkimi, umiejętnościami interpersonalnymi, komunikacyjnymi, przywódczymi, te osoby będą miały naprawdę duże szanse przetrwać automatyzację, gdy zaczną być wprowadzane roboty i tak dalej. Więc pomyślałam sobie, pozwólcmy umysłom ścisłym zająć się obszarem STEM, a my skupimy się na grupie CLASS.

(Slajd: STEM – nauki przyrodnicze, technologia, inżynieria i matematyka; CLASS – komunikacja, język, sztuka i nauki społeczne)

Ale naprawdę, komunikacja, co komunikacja ma wspólnego z badaniami naukowymi? No cóż, w naszych badaniach zajmujemy się dużymi zasobami danych, które wyglądają tak: dane ilościowe, statystyki, liczby, itd. Zajmujemy się też danymi jakościowymi, czyli długimi, opisowymi badaniami, wnioskami z ankiet i pogłębionych wywiadów, grupami fokusowymi. Zajmujemy się też danymi z ABS.

(Slajd: Australijski Urząd Statystyczny)

Nie wiem, czy ktoś z was się z tym spotkał, ale analizujemy te dane, bo, prawda jest taka, że niewielu ludzi ma ochotę ślęczeć z rana nad arkuszami w Excelu.

(Slajd: Kocham Excela)

Wiec na tym polega nasza praca, to właśnie robimy. Analizujemy tego typu dane i przekształcamy je w coś takiego. Przekształcamy je w infografiki. To nasza pasja -- chcemy wskrzesić do życia dane z badań. Wicie, ważne badania zamknięte w statystykach i arkuszach Excela nie mają siły przebicia, jakiej potrzeba w świecie w którym żyjemy, bo świat się zmienia.

Żyjemy dziś w Australii w czasach wielkich przemian. W dzisiejszym czasach zmienia się edukacja, zmieniają się style uczenia się, zmieniają się sale lekcyjne. Żyjemy w świecie, w którym idea dzielenia się uległa zmianie. Żyjemy w świecie, w którym zmieniła się koncepcja opowieści, relacji, nawet dla nas, młodych dorosłych. Zmiana jest bardzo głęboka, żyjemy z erze cyfrowego wstrząsu, żyjemy w czymś, co można nazwać erą ekranu.

Spędzamy na elektroniczne urządzenia więcej czasu niż kiedykolwiek wcześniej. Dwie dekady temu, w 1997, czas spędzany na używanie mediów elektronicznych przekroczył czas, który spędzamy na kontakty twarzą w twarz. Wiec w tej wielkiej erze cyfrowej, nie tylko poświęcamy więcej czasu na technologie, ale też długość koncentracji uwagi nam się skraca.

Zobrazujmy to, co dzieje się teraz na świecie: to rok 2005, przed historyczną kaplicą Sykstyńską, ludzie zbierają się na inaugurację papieża Benedykta. Widzicie tę małą Nokię w prawym dolnym rogu? Przenieśmy się teraz o osiem lat na inaugurację papieża Franciszka, w dokładnie tym samym miejscu. Tak to wyglądało.

„Myślenie wizualne w edukacji globalnej”

Projekt jest współfinansowany w ramach polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP w 2020 roku



Żyjemy w czasach zintegrowania z technologią. To prawie tak jakbyśmy przepuszczali teraźniejszość przez soczewki technologii. W takim świecie żyjemy. Nasz świat się zmienia i, tak jak wspominałam, skraca się nasza zdolność do koncentracji uwagi. W przypadku strony ABC, bogatej w treści, z licznymi programami informacyjnymi i innymi rzeczami tego typu – osoby odwiedzające tę stronę poświęcają jej przeciętnie 3 minuty i 55 sekund, a to jedna ze stron z najlepszymi wynikami. Wiadomo, że YouTube czy Facebook podwyższają tę średnią, ale w przypadku bogatych treściowo stron, to tylko 3 minuty i 55 sekund dziennie na przeciętnego użytkownika.

Ale jak bardzo zmieniło się to dla mojego pokolenia, dla waszego pokolenia? Jeśli jesteś studentem, masz mniej niż 23 lata, należysz do pokolenia Z. Ja jestem z wcześniejszego pokolenia – pokolenia Y. A to inne nazwy nadawane ludziom z pokolenia Z: Cyfrowi Integratorzy, Screenagers (Natolatkwowie Ekranu), Pokolenie Połączenia, iPokolenie, Cyfrowi Nejtivi, Dzieciaki Kropka-Com, Pokolenie Graczy, Dzieciaki Click 'N Go. Co łączy te wszystkie etykiety? Technologia, prawda?

I to ciekawe, bo pokolenie Z i my wszyscy, żyjemy teraz w globalnej perspektywie, jesteśmy globalnie połączeni, cyfrowi, łączy nas społeczność, mobilność i wizualność. A naszymi największymi lękami, na całym świecie, już nie są pająki, węże czy wysokość. Boimy się raczej słabego Wi-Fi, boimy się symbolu buforowania, a przede wszystkim boimy się niskiego poziomu naładowania baterii, kiedy grozi nam odcięcie od wszelkich form komunikacji i połączenia. Żyjemy w czasach nasycenia wiadomościami, w czasach zalewu informacji. W takim świecie żyjemy.

Ale żeby zrozumieć efektywną komunikację i siłę przebicia musimy zrozumieć, jak działa mózg. Mózg reaguje na bodźce wizualne, co jest logiczne, bo żyjemy w świecie wizualnym. Jeśli weźmiemy pod uwagę to, jak przyswajamy informacje i jak je przechowujemy, to, no wiecie, dane w takiej formie do nas nie dotrą. Jeśli opowiadają one ważną historię, a jako badacze wierzymy, że tak właśnie jest, to przekazywanie jej w taki sposób nie jest już możliwe. Nie przebije się do odbiorców. Wiemy, że słowo pisane, tekst, przechowujemy w pamięci krótkotrwałej, gdzie możemy zatrzymać około 7 jednostek informacji, podczas gdy informacje wizualne kierowane są prosto do pamięci długotrwałej, gdzie zostają wyryte na stałe. Warto więc wiedzieć, że 90% informacji przesyłanych do mózgu to informacje wizualne i przetwarzamy je szybciej, 60 000 razy szybciej, niż tekst.

Oczywiście jako analitykom danych, badaczom, chodzi nam o coś więcej niż tworzenie sprawnych, żywych, kolorowych historii, jak „Bardzo głodna gąsienica”. Chodzi o znaczenie i rzetelność danych. Ciekawa sprawa, że na Oxford English Dictionaries, stronie ze słownikami, co roku publikowane jest słowo, podsumowujące w pewnym sensie, obrazujące, co się działo w danym roku.

„Myślenie wizualne w edukacji globalnej”

Projekt jest współfinansowany w ramach polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP w 2020 roku



W 2013 słowem roku Oxford English Dictionaries był „hashtag”. To nawet nie jest słowo, to symbol i służy do oznaczania trendów. Nie sprawdzamy stron z wiadomościami, po prostu wyszukujemy trendy na Twitterze i Facebooku.

W 2014 wygrało „selfie”, być może właśnie dzięki temu słynnemu selfie. To też pokazuje, że próbujemy pokazać nasze życie poprzez technologię: co się dzieje, z kim spędzamy czas, cała ta idea udostępniania.

W 2015, znowu, nawet nie słowo, tylko emotikon, a dokładniej, buźka z łzami radości. Czy to nie obrazuje tego, jak się porozumiewamy wizualnie? Nasza mimika pokazuje, jak się czujemy, albo i nie, sami wiecie. A więc -- próbujemy pokazać w naszych wiadomościach, jak się czujemy i, z pewnością się z tym spotkaliście, w razie wątpliwości, jeśli nie wiemy jak może być odebrany ton naszej wiadomości, warto dołączyć uśmiechniętą buźkę, wszyscy tak robią. I to było słowo roku w 2015.

A słowo zeszłego roku, 2016, to „postprawda”. W czasach Brexitu, Trumpa i tak dalej, to była „postprawda”. Więc dla nas, badaczy, naukowców, którzy wierzą w rzetelność danych, ważne jest, aby dane, które przekazujemy, miały znaczenie. Jako badacze, jako analitycy danych, postrzegamy się jako ekspertów w dziedzinie wizualizacji badań. Operujemy złożonymi danymi, analizujemy je, dbamy o ich kompletność i prawdziwość i komunikujemy je wizualnie w prosty sposób, tak by trafiły do odbiorców i mogły być udostępniane w internecie. W taki sposób informacja idzie dalej. To takie ważne, szczególnie w dzisiejszych czasach zintegrowania z technologią.

To ciekawe, jeśli przyjrzymy się idei opowieści, zobaczymy, że opowieści są wizualne nawet bez użycia obrazów. Pozwólcie, że wyjaśnię, co mam na myśli. Przeczytaliście kiedyś książkę, na podstawie której zrobiono potem film? Moja ulubiona książka na ten moment, ucieszyście się, że to już nie „Bardzo głodna gąsienica”, to „Duma i uprzedzenie”. Wiem, jestem chodzącym stereotypem, ale pokochałam tę książkę. A potem obejrzałam adaptację filmową i myślałam tylko „To nie tak wygląda pan Darcy... Jest strasznie podobny do Colina Firtha”. Wiecie, dobra opowieść jest z natury obrazowa, bo nawet bez użycia obrazu nasz mózg go rekonstruuje na podstawie narracji, która nas prowadzi przez opowieść.

Opowieści mają ogromną moc, a angażujące opowieści mają cztery istotne cechy. Po pierwsze, wciągające historie wzbudzają nasze zainteresowanie. I utrzymują to zainteresowanie. Chcemy dowiedzieć się o czym jest opowieść, chcemy dalej czytać. Po drugie, dobre opowieści czegoś nas uczą, niosą jakieś znaczenie. Po trzecie, z dobrą opowieścią możemy się utożsamić. I po czwarte, co najważniejsze, dobrze opowiedziane historie nas inspirują. Prawda? Wiemy, że mózg może zrozumieć i przesyłać skomplikowane dane -- ale to dane, które możemy do czegoś odnieść, dobrze jeśli są to infografiki, wtedy całkiem poważne dane są podane w fajnej, wizualnej formie i ludzie mogą się zaangażować. To dziś bardzo ważne, żeby pomoce wizualne i dane nas inspirowały i oddziaływały nie tylko na oczy umysłu ale też na oczy serca – tak właśnie działa dobra opowieść.

„Myślenie wizualne w edukacji globalnej”

Projekt jest współfinansowany w ramach polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP w 2020 roku



Tym się zajmujemy, to mały przekrój tego, co robimy. Sięgamy po złożone dane, analizujemy je, wydobywamy ich istotę i komunikujemy je wizualnie. I mamy nadzieję, wierzymy, że najlepiej jest, kiedy badanie opowiada historię. W ten sposób może wywierać wpływ i może być przekazywane dalej.

Dobra historia zawiera również te trzy elementy: ma barwę, obraz i ruch. W „Bardzo głodnej gąsienicy” mamy kolorowe ilustracje i poruszające się strony, prowadzące nas przez fabułę. W dobrych historiach są te trzy elementy.

Na zdjęciu widać mojego męża. Uwielbia kempingi. A ja? Nie do tego stopnia co on. Ale jeździmy na kempingi, niedawno wzięliśmy ślub, pojechaliśmy na kemping na długi weekend, w Góry Błękitne. Jeśli kiedyś byliście na kempingu, to wiecie, że kluczowe jest rozpalenie ogniska, prawda? Potrzebne jest do ogrzania się, do gotowania jedzenia, pieczenia i tak dalej. Bardzo ważna sprawa. Ale jeśli nigdy nie byliście na kempingu, to wyobraźcie sobie, niesamowita rzecz się dzieje, kiedy wszyscy zbierają się wokół ogniska i siedzą tak godzinami. Po prostu siedzą i wpatrują się w ogień. Przedziwna sprawa. Może to dlatego, że nie ma Wi-Fi i tylko to nam zostało, w każdym razie wszyscy siadamy wokół ogniska i wpatrujemy się w ogień. Każde dobre ognisko ma barwę, obraz i ruch. Te trzaskające, palące czerwono-pomarańczowe ogniki przyciągają naszą uwagę tak samo jak dobra opowieść. I trochę przypomina mi to coś, co wszyscy tu dzisiaj robimy. Ta konferencja jest jak ognisko XXI wieku. Wszyscy się tu zebraliśmy, jesteśmy zaangażowani, słuchamy, jesteśmy uważni i dzielimy się opowieściami, tym czego się nauczyliśmy, tym na czym się znamy. To właśnie dziś robimy. To jak dobra opowieść.

Chciałabym zostawić was z tą myślą. Mam nadzieję, że ta dzisiejsza prezentacja zachęciła was do tego, że gdy będziecie mieli ważną historię do opowiedzenia, zwłaszcza taką zawierającą dane, to opowiecie ją z pomocą wizualną, że uda wam się wzbudzić ciekawość i zaintrygować, że uda wam się zachować znaczenie tej historii. I oby tej opowieści udało się przedrzeć dalej, w czasach przesiąkniętych technologią, w czasach w których wszyscy dziś żyjemy.

Dziękuję.

(Brawa)

„Myślenie wizualne w edukacji globalnej”

Projekt jest współfinansowany w ramach polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP w 2020 roku

