

Pięć zasad tworzenia skutecznych opowiadań

Spójrz od strony odbiorcy

Kto jest twoim audytorium? Zanim zbudujesz swoją Story Map, pomyśl o tym, kto będzie ją oglądał. Dostosuj swój tekst, mapy i inne materiały do oczekiwanych odbiorców. Przydatny trik: pomyśl o swojej mamie – kiedy jej opisujesz swoją pracę, unikasz żargonu i używasz przystępnego języka. Tu chodzi o dążenie do przejrzystości i prostoty, ale nie do prymitywnego uproszczenia.



Zanęć odbiorców

Zacznij swoją historię z przytupem. Wybierz zdjęcie, które jest ekscytujące i atrakcyjne. Wybierz tytuł, który będzie żywy i opisowy. „Spacer po Olsztynie” jest w porządku, ale „Odkryj ukryte skarby Olsztyna” jest dużo lepszy. Upewnij się, że ludzie wiedzą, gdzie się znajdują. Olsztyn na Warmii, czy Olsztyn pod Częstochową? Będzie lepiej, jeśli umieścisz swoje główne pomysły na początku a nie na końcu. Nie wstawiaj we wstępie linków wychodzących na zewnątrz, to będzie rozpraszać i na starcie zniechęci każdego do wędrówki przez twoje opowiadanie – umieść te linki na końcu.

Wybierz najlepszy szablon aplikacji

Szablony aplikacji Story Map Esri mają różne „smaki”. Wybierz

aplikację właściwą dla swojej historii. *Story Map Tour*, na przykład, jest idealne dla prezentacji miejsc ze zdjęciami i krótkimi podpisami. Jeśli masz dłuższy tekst, lepsze może być *Story Map Journal*. Jeśli chcesz, aby widzowie mogli porównać



różne mapy, największy sens będzie miało użycie *Story Map Series*. Dla długiej, mniej uporządkowanej narracji, gdy widzowie muszą czytać tekst, jak ze strony internetowej, należy użyć *Story Map Cascade*. Zanim zaczniesz, przejdź na stronę *Story Map Apps*, aby porównać

dostępne szablony aplikacji.

Stwórz mapy łatwe do czytania

Tworząc mapy, dostosowane do twojego projektu upewnij się, że są one tak proste, jasne i przyjazne dla użytkownika, jak to tylko możliwe. Edytuj mapy, aby wyeliminować zbędne szczegóły. Wybierz odpowiednią mapę bazową; na przykład, w wielu przypadkach, prosta, szara mapa podkładowa może być dużo lepsza niż zobrażenia satelitarne. Zastanów się nad tym, jakich użyć pop-upów, legendy i symboliki, aby zapewnić właściwy przekaz informacji.

Dąż do prostoty

Historie to kwintesencją – im więcej zrobisz, aby usunąć nieistotne szczegóły, tym twoje opowiadanie będzie bardziej skuteczne. Pamiętaj, że w erze cyfrowej percepcja widza jest niewielka. Staraj się skrócić tekst i uprościć mapy, powtarzaj to nawet kilka razy. Audytorium nie powinno czekać do piątego, czy szóstego rozdziału twojego opowiadania, aby zrozumieć jego misję i podstawowe pojęcia.