

Didaktisk formidlingsdesign – formidling fra hjerne til hjerte

Dynamisk skabelon

AF: HILDEGUNN JOHANNESSEN OG CARL ERIK CHRISTENSEN, UC SYDDANMARK, CENTER FOR UNDERVISNINGSMIDLER, LÆREMIDDEL.DK

Skabelonen består af følgende delelementer:

INTRO

- Hvad er didaktisk formidlingsdesign
- Vejledning

A. HVAD?

- Projekt navn – dato – version
- Projektbeskrivelse
- Praktiske forhold

B. HVORFOR?

- Didaktiske overvejelser

C. HVORDAN?

- Formidlingsdesign
- Pædagogisk merværdi
- Formidlingsudvidende elementer
- Interaktion
- Idekatalog

INTRO - HVAD ER DIDAKTISK FORMIDLINGSDESIGN?

- DFD er en dynamisk værktøjsmodel for planlægning af form og indhold af CFUs udstillings- og formidlingsvirksomhed
- DFD fremmer en dialogisk proces mellem den praktiske udformning af udstillings- og formidlingsvirksomhed og refleksionen over de didaktiske sammenhænge for dette
- DFD tilføjer pædagogisk merværdi i formidlingen
- DFD inddrager teorierne om de mange intelligenser, forskellige læringssyn og læringsstile og udnytter dem i formidlingsøjemed
- DFD vægter interaktion, dialog og kommunikation med brugerne
- DFD fremmer serendipitet, hvor CFU tilbyder eller giver noget, som brugeren ikke vidste, at vedkommende ville have
- DFD formidler gennem æstetik, oplevelse og indtryk
- DFD skaber sammenhæng mellem rum og formidling, det fysiske og det virtuelle
- Skemaet fokuserer på væsentlige elementer i DFD og anbefales brugt som dynamisk redskab i processen omkring udstillings- og formidlingsvirksomhed på Center For Undervisningsmidler, messer for læringsressourcer etc.

Derved kan DFD forhåbentlig medvirke til en kompetenceudvikling på området.

DIDAKTISK FORMIDLINGSDESIGN er udviklet af Carl Erik Christensen i samarbejde med Hildegunn Johannesen, University College Syd, Center for Undervisningsmidler Aabenraa 2009 som led i formidlingsprojekt ved Læremiddel.dk

"Succes skabes mellem øerne"



Vejledning

Skabelonen er opdelt i 3 hovedområder, der besvares i nævnte rækkefølge

- A. **HVAD**
Projektbeskrivelse - dvs. hvad projektet går ud på
- B. **HVORFOR**
Didaktiske overvejelser og begrundelser for projektet
- C. **HVORDAN**
Formidlingsdesign - dvs. opbygning og praktiske udformning

DIDAKTISK FORMIDLINGSDESIGN

A	HVAD?	
1.	PROJEKTNAVN - kort beskrivende projektnavn	
	Dato: Version:	
2.	PROJEKTBEKRIVELSE - Hensigten er på et overordnet plan at beskrive idegrundlag og formål ved hjælp af SMTTE-modellen.	
	SAMMENHÆNG / KONTEKST - Baggrunde og forudsætninger for det vi ønsker at planlægge. - Hvad er udgangspunktet, og hvad er rammerne	
	MÅL - Ønsket tilstand – hvad vil vi konkret opnå?	
	TILTAG - Handlinger – hvordan?	
	TEGN - Sansendtryk - hvordan kan vi se, at vi er på vej mod målet? - På hvilken måde tilfører projektet PÆDAGOGISK MERVÆRDI i formidlingen? (Analyse og vurdering af forhold vedrørende læringsmål -læreprocesser- læringsressourcer)	



	EVALUERING	
	<ul style="list-style-type: none"> - Form og indhold - I forhold til de opstillede mål og kvalitetskriterier - Målgruppe 	
3.	PRAKTISKE FORHOLD	
	<ul style="list-style-type: none"> - Hvornår - Hvor - Hvem 	
	TIDSPUNKT	
	<ul style="list-style-type: none"> - Forberedelse - Udstillingsperiode - Evaluering 	
	PLACERING	
	<ul style="list-style-type: none"> - Område - Zone 	
	FYSISKE RAMMER	
	<ul style="list-style-type: none"> - Eksisterende rammer - Nye rammer 	
	DELTAGERE	
	<ul style="list-style-type: none"> - Tovholder - Formidlingsudvalg - Pæd. Konsulent 	

B	HVORFOR?	
4.	DIDAKTISKE OVERVEJELSER	
	<ul style="list-style-type: none"> - hvorfor? 	
	MÅLGRUPPE	
	Hvem henvender udstillingen/formidlingen sig til?	
	FAG- ELLER FAGOMRÅDE	
	Hvilket fag- eller fagområde?	
	RELATION TIL FÆLLES MÅL	
	Emnets relevans og begrundelse i FM?	
	FOKUSOMRÅDE	
	Relevans i forhold til særligt fokus- eller indsatsområde	
	ANDET	
	<ul style="list-style-type: none"> - Tema-år - Kampagne - Kursus 	



C	HVORDAN?	
5.	<p>Beskriv det relevante mht. FORMIDLING MÅL: "FORMIDLING SKABES MELLEM ØERNE"</p> <p>Hvilke nyhedskriterier lægges til grund for projektet?</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktualitet (så nyt som muligt) • væsentlighed (betydning for mange mennesker, især projektets målgruppe) • identifikation (mulighed for at målgruppen kan identificere sig med forhold i projektet) • sensation (noget overraskende for målgruppen) • (konflikt) - (formidlingen skal helst indeholde flere synspunkter) <p>Hvad er den røde tråd/gennemgående ide i formidlingsprojektet?</p>	
	<p>Hvilken formidlingsmodel anvendes som skabelon for projektet ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envejskommunikation - Tovejskommunikation - Spormodel (hovedspor – sidespor - spændingsfelter, forundring, provokation – udsyn – indblik – refleksionm - interaktion) - Naturvidenskabelig metode (hypotesemodel) - Anden model <p>SAMMENFATNING:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beskriv hvorledes udstillingen opbygges 	
6.	<p>Hvad skal der ske med udstillingen/projektet efter brug?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Videndeling - Udlån - Mediekonvertering 	
7.	<p>PÆDAGOGISK MERVÆRDI</p> <ul style="list-style-type: none"> - Betyder at berige/tilføre nye pædagogiske dimensioner, som kun fås ved besøg på 	

	<p>CFU</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mål: højne kvaliteten af brugernes adfærd mht. systematisk og kritisk at kunne finde, fortolke og sammenfatte information og didaktiske overvejelser til brug i undervisning og læring. 	
	<p>Særlige initiativer mht.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Søgning/booking - Information - Samspil med kurser - Samspil med hjemmeside - Pædagogiske konsulents rolle - Optimale rammer for "det personlige møde" med de pædagogiske konsulenter - Serendipitet 	
8.	<p>FORMIDLINGSUDVIDENDE ELEMENTER</p> <ul style="list-style-type: none"> - Betyder at se og formidle i <i>flere</i> dimensioner - At inddrage tekniske, designmæssige eller andre elementer, der fremmer brugerens oplevelse af udfordring, udforskning, sansemæssig og emotionel fornøjelse, social interaktion, anvendelighed og funktionalitet - Fremmer videndeling - Fremmer serendipitet 	
	<p>DIGITALE MEDIER Herunder it og mobile medier</p> <ul style="list-style-type: none"> - Før besøg (forberedelse) - Under besøg - Efter besøg (efterbehandling/fordybelse) 	
	<p>TEKST</p> <ul style="list-style-type: none"> - Info - Fordybelse - Æstetik - Teknik - Supplerende ydelse (fx PR og markedsføring) 	
	<p>GRAFIK</p> <ul style="list-style-type: none"> - Info - Æstetik - Teknik - Supplerende ydelse 	
	<p>LYS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fladelys 	



	<ul style="list-style-type: none"> - Spot - Farver - Æstetik - Teknik - Supplerende ydelse 	
	<p>LYD</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flade - Soundspot - Æstetik - Teknik - Supplerende ydelse 	
	<p>BILLEDER</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stillbilleder - Video - Installation - Æstetik - Teknik - Supplerende ydelse 	
	<p>TEKSTIL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sejl - Banner - Skærm - Æstetik - Teknik - Supplerende ydelse 	
9.	<p>INTERAKTION</p> <ul style="list-style-type: none"> - Betyder brugerinddragelse (viden, input og ønsker - sociale fora, test, afprøvning) - Brugerskabte data (anmeldelser, ratings, tags etc.) - Etik - Teknik - Supplerende ydelse 	
10.	<p>INSPIRATION / FORSLAG</p> <ul style="list-style-type: none"> - Links, henvisninger og forslag til belysning af idegrundlag og indhold i formidlingsprojektet - Fagområder 	
11.	<p>ANDET Skemaet udvides / udfyldes efter behov</p>	

