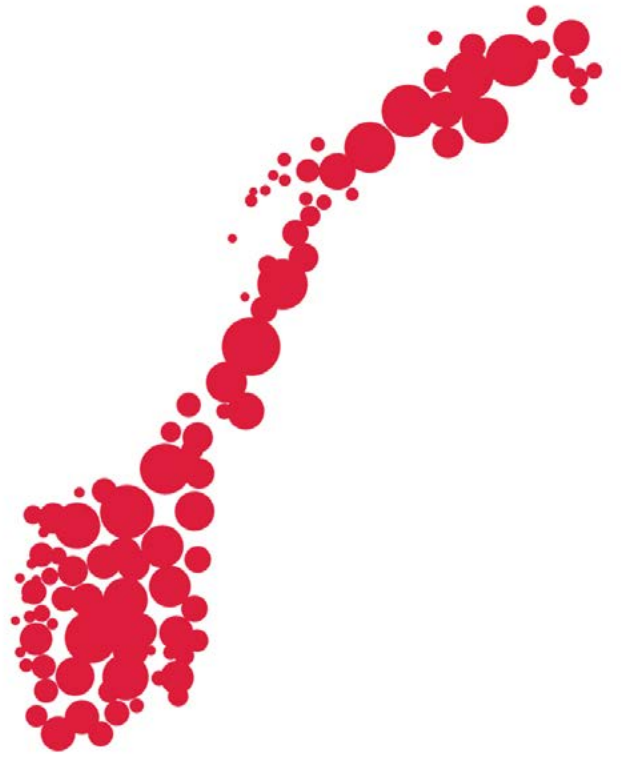




ENGASJER LYTTEREN

Tekst, bilder og manuserbeid i Voice of norway

Av Jan Hogne Christiansen





Innhold

Hvordan virker en audioguide?	s. 4
Hva skal du lære?	s. 7
Hvordan skrive en god audioguide?	s. 8
Den gode innledningen!	s. 10
Hva er passelig lengde?	s. 12
Hvilken informasjon bør med?	s. 14
Det gode og spennende språket.	s. 15
Retningsløse punkt.	s. 16
Hvem er målgruppen	s. 17
Den gode opplevelsen	s. 18
Innhold og kilder	s. 20
De gode bildene	s. 22
Hva har du lært?	s. 26

Hvordan virker en audioguide?



En guide begynner å fortelle når de nærmer seg noe de vil snakke om.



En audioguide på telefonen fungerer akkurat på samme måte. Telefonen begynner å «snakke» i det du ankommer et punkt.

I tillegg kan den alle verdens språk og er tilgjengelig døgnet rundt.

I en audioguide kan brukeren også pause, spole tilbake, og lese teksten som blir sagt flere ganger.

Historiene
starter
automatisk

Telefonen styres av GPS koordinater. I det du kommer inn i det røde feltet på kartet starter telefonen å vise det aktuelle punktet med bilder, tekst og lyd.

Hva skal
du lære?



- Å fortelle lytteren hvor han er i starten av hvert punkt.
- At det anbefales tekster på mellom 140 til 200 ord.
- Å bruke retningsbeskrivelser som du kan se.
- Å styre unna for mange navn og årstall.
- Å krydre teksten med adjektiv, sammenligninger og metaforer.
- At statistikk, myter, sagn og gode historier fenger!
- Å tenke over hvilken målgruppe du skriver til.
- At du kan dele opp punkt med mye informasjon.
- Å være dus og gjerne stille ledende spørsmål.
- At du skal formidle noe fra verdens beste plass!
- At gode og supplerende bilder er viktig!
- Å bruke mange forskjellige kilder.

Hvordan skrive en god audioguide?



En god guide formidler og underholder, og han kan sin lokale historie. Guiden forteller om det du ser der du står eller kjører forbi.

En audioguide fungerer akkurat på samme måten. Den forteller om det du ser, der du står eller kjører forbi.



Det er bare en stor forskjell. Guidingen foregår på lytterens premisser, som selv kan velge tempo, pause, språk og interessefelt.

Det som presenteres i en audioguide serveres svart på hvitt med førsteklasses innlest lyd og gode supplerende bilder.

Derfor er det viktig å skrive de gode tekstene og bruke gode bilder. Det tar vi for oss på de neste sidene.



Husk: Det som skrives i en audioguide skal leses inn som lyd på mange språk.



Den gode innledningen!



En guide forteller alltid hvor du befinner deg først.
"Dette området er tilegnet fiolinisten, komponisten og virtuosen Ole Bull, som også har gitt plassen navn. Statuen i bronse som ruver i steinmassene, er et yndet fotomotiv."

Guiden legger også vekt på å fange deltagerens interesse, og gjerne med noen saftige adjektiv, før han beskriver hva stedet har å by på.



Dette er like viktig i en audioguide. Faktisk, kanskje enda mer viktig, da retningen kan ha betydning for hvor du ser.


Vær gjerne dus når du skriver.

" Du står nå foran ..."

" Leser du aviser?" Gutten, som du ser på sokkel, kalles avisgutten ..."

" Vi passerer nå ..."

" Den vakre bygningen som reiser seg foran deg er ..."

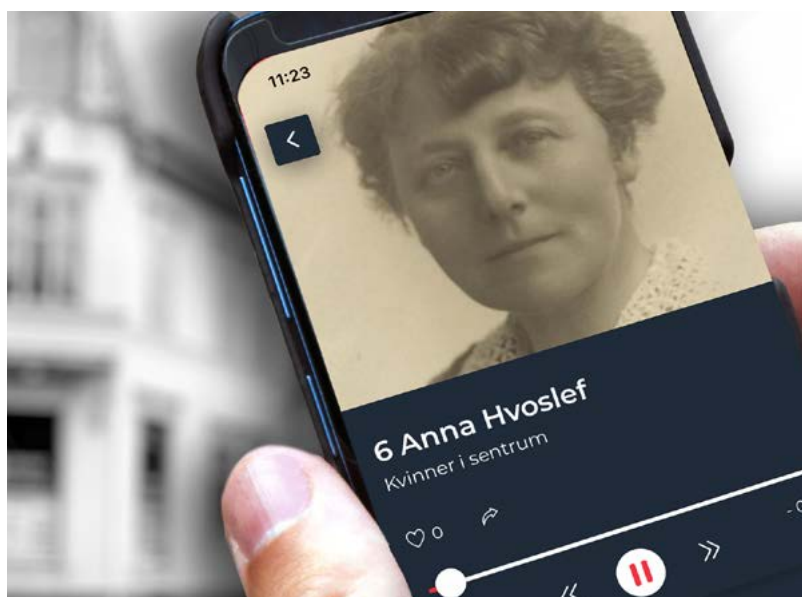
A wide-angle photograph of the city of Drammen, Norway, at dusk. The sky is a deep, layered blue, transitioning from a lighter hue near the horizon to a darker blue at the top. In the foreground, a body of water reflects the city lights and the sky. The city buildings are illuminated with warm yellow and orange lights, contrasting with the cool tones of the twilight. A modern cable-stayed bridge is visible on the right side of the frame. The overall atmosphere is serene and modern.

“Vi stopper nå i den praktfulle elvebyen Drammen, som er en av Norges største byer. Her finner du et levende og pulserende sentrum omkranset av vakker natur med et variert kulturlandskap.”

Hva er passelig lengde?



En guide har alltid kontakt med deltagerne i gruppa og merker fort om noen synes det blir kjedelig. Da kan han velge å avslutte og deretter gå videre til neste severdighet.



Erfaring tilsier at en tekst på mellom 140 og 200 ord gir brukerne best opplevelser. Det innebærer at du må være bevisst på hva du skal informere om.

Noen guider vil trenge mindre tekst, andre mer. Street-art guider, utsiktspunkt, bensinstasjoner etc. kan kanskje ha mindre tekst. Biografier og områdebeskrivelser kan f.eks. ha litt mer tekst.

«Kvinner i sentrum» er en guide i Larvik og gjengir biografien til ni ulike kvinner der de bodde. Denne guiden har ca. 500 ord pr. punkt, og er et eksempel der lengre tekster kan forsvares.



Det er bedre at lytterne ønsker å høre mer, enn at de stopper å lytte, fordi informasjonen blir for lang og omstendelig. Legg gjerne igjen en lenke i teksten til mer informasjon om dere ønsker det.

Hvilken informasjon bør med?



Du har sikkert lagt merke til at guider alltid har noe spennende eller morsomt på lager. Det er like viktig i en audioguide.



I en audioguide bør du få fram den viktigste informasjonen. Unnlatt for mange årstall, navn eller andre detaljer. Finn særegenheter og detaljer som engasjerer i tillegg til de mest sentrale fakta. Du kan alltid dele et punkt i to eller flere deler om det er veldig mye informasjon som skal formidles.

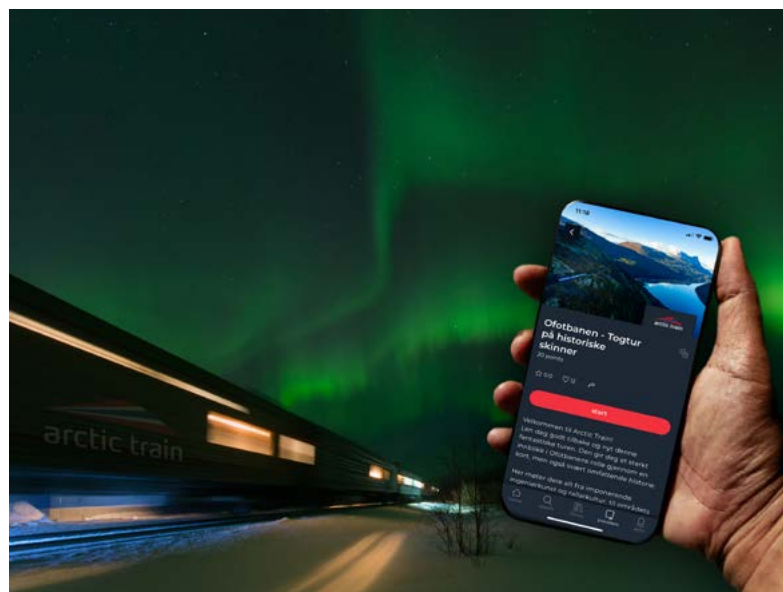
Henrik Ibsen bodde i Oslo og der finnes det både statue, museum, bolig, gatenavn, ordtak på fortau, en cafe der han spiste hver dag med mer. I alle disse punktene kan ulik informasjon deles i audioguiden.

Det gode språket!



En guide trenger ikke tenke på rettskriving og får respons på det som sies hver eneste gang. I en audioguide skal tekst og lyd kanskje stå i mange hundre år. Den skrevne teksten skal også formidles muntlig.

Alt som er størst, best eller vakrest fanger fort lytternes interesse. Husk at du, bygda, byen eller noen andre kan være bevis for dette.



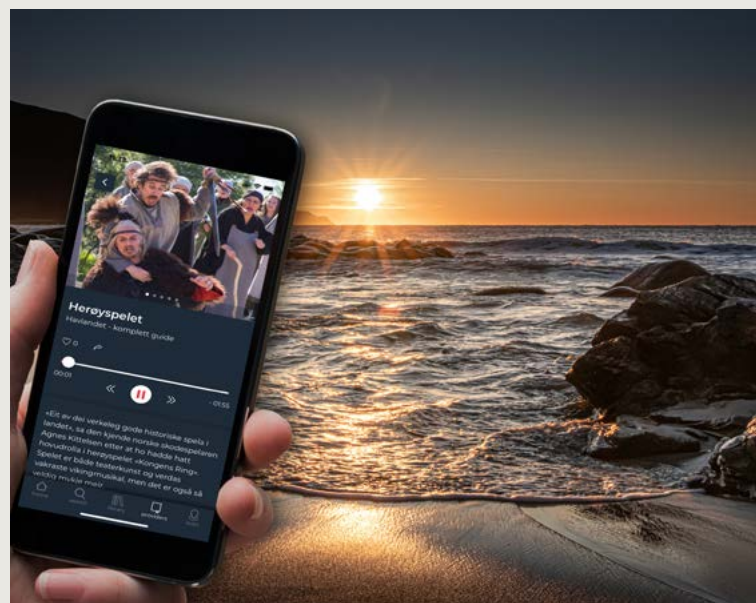
Teksten som skal leses til lyd trenger mange pauser, enten i form av punktum, komma, kolon eller avsnitt. Bruk beskrivende adjektiv, gode sammenligninger og metaforer for å krydre teksten. Morsomme fakta og statistikk fenger lytteren.

«Du står nå foran verdens vakreste bygning! Det synes i hvert fall de som bor der ...»

Retningsløse punkt



En guide kan peke i alle retninger og på den måten vise hvor man skal se. Det er ikke alltid like lett i en audioguide. I en audioguide kan du ankomme et punkt fra alle sider og da blir «Til høyre» vidt forskjellig.



Bruk ord som er retningsløse, og der det er tvil, bør du finne noe særegent som du kan henvise til. Husk også at hus av og til males og da kan det røde huset plutselig bli gult. Kartet på telefonen viser vei til neste punkt slik at du ikke trenger å beskrive hvor lytterne skal gå. Bruk beskrivelser som «over veien», «mot fjellet», «mot sjøen» osv.

Dersom du nå kikker opp, ser du den gigantiske lysreklamen til Freia. Sjokoladefabrikken som ga inspirasjon til Roald Dahl sin «Charlie og sjokoladefabrikken» var de første som satte opp lysreklame i Oslo.

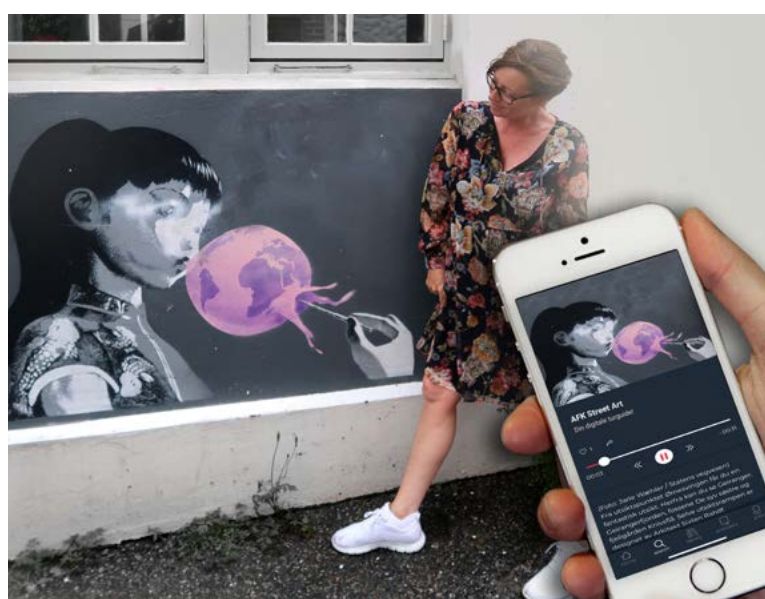
Målgruppe



Der finnes guider i utallige former. Turistguider, temaguider, historiske guider, kunstguider, barneguider ol. Noen guider er laget for kjørende, andre for gående.

Enhver guide bør tilpasses sin målgruppe. Feks. kan en historisk guide inneholde mer informasjon pr. punkt enn en turistguide fordi målgruppen rett og slett ønsker mer informasjon.

Alt som er størst, best eller vakrest fanger fort lytternes interesse. Husk at du, bygda, byen eller noen andre kan være bevis for dette.



En audioguide kan tilpasses de enkelte målgruppene slik at både barn, turister og spesielt interesserte kan få gode opplevelser.

Det som forfattes og leses inn må tilpasses de ulike gruppene.

En Street-art guide trenger nødvendigvis ikke så mye innlest tekst da kunsten ofte forandrer seg. Guiden kan bli en veiviser og et historis arkiv med bilder og tekst fra kunstnere som har utøvd kunst på plassene.

Den gode opplevelsen



En god guide får applaus nå turen er omme. På samme måten skal lytterne i en audioguide føle seg fornøyd. De skal ha lært noe, hatt en fin tur og dradd på smilebåndet flere ganger



Engasjer lytteren. Vær dus, still (ledende) spørsmål og bruk humor for alt det er verdt. Kjendiser er bra, like fullt ting som lytteren kan identifisere. Mat, drikke, katastrofer, bøker, film, tv osv.
«Jeg håper du liker turen så langt ...», «Hva synes du om skulpturen ...» eller «Har du opplevd brann?»

Overnaturlige ting som spøkelser, troll og underjordiske engasjerer også og det finnes gode kart og beskrivelser på nettet.



VOICE OF
NORWAY®



Jeg var på en guidet tur i Liverpool. Det var en ting jeg bet meg merke i, og som gjorde turen til en opplevelse. Det var da guiden sa, «Her gikk Paul McCartney med gitaren sin til øving hver eneste dag».

Innhold og kilder



En guide må lære seg lokalhistorien. De går gjerne på kurs eller har vært levende opptatt av lokal historie.

Jo mer kunnskap, jo lettere er det å skrive en god audioguide.

I Florø finnes det en plass som heter det «Det glade hjørnet». Det står ikke i noen bok eller er kjent får dagens Florøværingene. Det var rett og slett en plass i sentrum der Frelsesarmeens kvinner pleide å samles til sang hver lørdag. Rundt dem samlet lokalbefolkningen seg til hyggelig «glad» nabopratt og hjørnet fikk til slutt navnet «Det glade hjørnet». Slike plasser og historier må ikke gå i glemmeboka!



Det er lettere å lage et godt audioguide-punkt når det er flere kilder. Biblioteket er en bra plass å starte.

Like fullt er gode «Googleteknikker» viktige. Ligger «bygdeboka» på nett, legg til søkeord som «fun facts», «statistikk», «historie» osv.

Jeg anbefaler leksikon framfor Wikipedia. Søk opp lokale destinasjonsselskaper, SSB og kart over lokale sagn og myter.



Husk at alder er visdom. Hør med de som kan og har opplevd lokal historie. Der finnes det gullkorn i tusentall.

De gode bildene



Et bilde forteller mer enn 1000 ord



En guide kan fortelle om det du ser når du står utenfor et hus. Han kan også fortelle om hvordan det var i gamle dager og hva du finner inne i huset, men han kan ikke vise deg hvordan det faktisk ser ut inne.

Gode bilder i appen er viktig! Selv om de er små forsterkes gjerne inntrykket av telefonen sitt lys. Detaljer og nærhet er bra, beskjær gjerne bildene til en familie til f.eks. bare overkroppen.



Du kan fortelle om fisk, fugl og andre dyr som ferdes i et område, selv om de faktisk ikke er der akkurat nå.

Mobilbildene er små, velg:
-god oppløsning, helst 1-3 MB
-god skarphet
-motiv som er tett på
-rene uttrykk uten mange detaljer
-liggende format



Du kan legge inn så mange bilder du vil i appen, men vis skjønn i forhold til hvor mange. Det mest vanlige er fra 2 til 6 bilder.

gamle. S
krevende, men
Fattigfolk uten etterkomm
libran

Universell Utforming



Vi har fokus på at innholdet i appen er universelt utformet slik at alle skal ha glede av å bruke audioguiden.

Blinde og svaksynte har muligheten til å lytte til historier og dermed er beskrivelsen av det de ser et viktig element i historiefortellingen.

Rent teknisk er innholdet laget på en slik måte at knapper og bilder har tekst noe som gjør det lettere å orientere seg i appen for dem som har et handicap.



I tillegg er det tatt hensyn til nok kontrast og måten farger er satt opp på i løsningen.

Døve eller dårlig hørsel
Historiene kan leses på mobilskjermen. I tillegg er opplest tekst også lettere å høre når de med svak hørsel har høreapparat som kan kobles til mobiltelefonen.

Bevegelseshemmede
I områder der historiefortellingen går langs en sti som er tilrettelagt for bevegelseshemmede, kan punkt som ligger utenfor stien lett merkes i løsningen på en slik måte at historien starter der det er tilrettelagt for dem som må følge stien.



Hva har du lært?

Å fortelle lytteren hvor han er i starten av hvert punkt.

At det anbefales tekster på mellom 140 til 200 ord.

Å bruke retningsbeskrivelser som du kan se.

Å styre unna for mange navn og årstall.

Å krydre teksten med adjektiv, sammenligninger og metaforer.

At teksten skal passe til mange språk.

At statistikk, myter, sagn og gode historier fenger!

Å tenke over hvilken målgruppe du skriver til.

At du kan dele opp punkt med mye informasjon.

Å være dus og gjerne stille ledende spørsmål.

At du skal formidle noe fra verdens beste plass!

At gode og supplerende bilder er viktig!

Å bruke mange forskjellige kilder.

At løsningen passer for alle mennesker.



Jan Hogne Christiansen

- Forfatter av e-boken
- Pedagog
- Lærer
- Historieforteller
- Forfatter



Vi i Experio håper at e-boken har vært nyttig, enten du er i startfasen og lurer på hva audioguide sjangeren er, eller om du allerede er i gang med å legge til rette for bruken av audioguide hos dere.

Webinar
I tillegg til e-boken kjører vi også kurs i hvordan man kommer igang med dette arbeidet.

Vi bistår

Lage tekst
I samarbeid med dere tar vi på oss oppgaven med å lage tekster til deres ruter i audioguiden.

Audioguide
Voice Of Norway samler Norge til ett lydrike.

Ta bilder
Vi tar på oss oppdrag med å fotografere bilder til innholdet deres.

TA KONTAKT
telefon: +47 940 96 772
e-post: post@experio.no

Om Voice Of Norway

Velg ansatt

