

洞见 合作 影响

Global Knowledge Initiative (GKI)

挑战赛方案推介的故事讲述



秘密代码

思维模式



改善的工具



应用



合作



2

今天我们将进行一场关于 **运用以人为本的设计** 来帮助改进你们解决方案的工作坊。提醒一下，我们知道给大家介绍了很多内容，因此我们设计了一个我们设计了一个“秘密代码”来帮助你识别最重要的部分。

首先是 **思维模式 (mindset)**。当你看到这个图标时，请记住：这是我们希望引入的一些内容，用来帮助你构建思维框架，帮助你学习，并推动你进一步优化想法的发展轨迹。

第二个图标代表 **改善的工具 (tools to improve)**。这是一些非常实用、可操作的工具，你可以带回团队使用。但这不是强制要求。如果你觉得有价值，就尽管去用。

最后一个图标是关于 **合作 (collaboration)** 的。



为什么故事讲述对创新很重要？

创造力



说服力与信念



行动



3

你们即将参加一个竞赛活动，而且你们知道在那里需要讲述一个故事。在本次工作坊中，我们将详细探讨如何讲好一个故事，以便传达你们的解决方案。

但首先，请容我带大家快速探索一下，看看为什么故事讲述对创新如此重要。我们将讨论与创造力、说服力与信念以及行动相关的大脑功能，以及这些功能如何与故事相关联。

创造力: 讲故事时，你的大脑运作方式会有所不同



4

如今大多数人都知道在沟通方面，故事比幻灯片更有效。但我们可能只是觉得故事不那么无聊，能让听众保持注意力。其实远不止如此。为了理解故事讲述的重要性，我们需要谈一谈人类大脑对故事与对其他类型信息的反应有何不同。

别担心，这部分不会考试。放轻松，拿出爆米花，享受当学生的感觉。几页之后我们会回到实践活动。



创造力: 讲故事时, 你的大脑运作方式会有所不同



为什么有些人富有创造力?

答案 = 叙事性思维 (即以行动、原因和结果来思考)

- 想象新的世界
- 采用新的视角
- 转化为行动

5

让我们先回顾一下之前关于创意生成 (ideation) 和共同创造 (co-creation) 的工作坊。还记得我们当时讲过的**头脑风暴规则**吗? 想一想, 你是否能回忆起其中的一条规则? 如果想不起来, 那一定要回去再看一下那一部分。

头脑风暴, 在神经科学家的语言中被称为“**发散性思维**”。顾名思义, 就是让你的想法不断发散, 直到你生成大量点子。要让发散性思维发挥作用, 你仍然需要**创意的源泉**。通常情况下, 发散性思维在大脑里有点像“混搭”——把以前见过的想法以新的方式重新组合。发散性思维依赖于**记忆**和**逻辑联想**。

不过, 这里有个有趣的问题。想一想, 你觉得小孩还是成年人更有创造力? 你很可能会说是小孩。那么, 当孩子们展现出最具创造力的一面时, 他们是在开头脑风暴会吗? 显然不是, 对吧? 他们不像成年人那样依靠记忆和逻辑联想。那么他们在玩耍时到底在做什么呢? 他们在**讲故事**, 在**发挥想象力**。

事实证明, “**叙事性思维**”是通往创造力的另一条路径。它通过三种方式发挥作用:

1. 故事中的每一个情节都邀请我们去**想象并创造一个全新的世界**。这可能是未来的世界, 或者是一个不存在、甚至不可能存在的世界。但在故事中, 我们可以创造全新的游戏规则, 既有的约束不再适用。

2. **叙事天然鼓励换位思考**。我们能够站在故事中不同角色的角度去思考，而这本身就会引导出更多创造性的结果。
3. 最后，叙事性思维聚焦于**行动**。故事会立即把一个创造性的想法转化为创造性的行动。这一点对我们想象甚至接受一个不同于当下现实的世界尤为重要。

<https://www.inc.com/bill-murphy-jr/neuroscience-says-this-simple-brain-habit-can-make-anybody-more-creative.html>

<https://nyaspubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/nyas.14763>

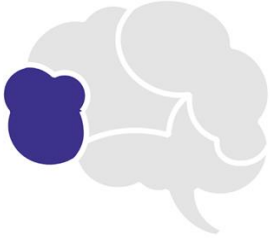
<https://bigthink.com/neuropsych/new-way-to-train-creativity/>

叙事性思维 = 从行动、原因与结果的角度进行思考

说服力: 讲故事时, 你的大脑运作方式会有所不同



#1 神经耦合 Neural Coupling



#2 叙事传输 (沉浸) Narrative Transportation



#3 多巴胺释放 Dopamine



6

当我们讲述故事时, 大脑的活动方式与我们听到或阅读事实时有很大不同。

在你听故事的时候, 大脑会发生许多复杂的反应, 这里给出三个例子来说明为什么故事更能帮助人们理解、相信并记住你的信息。

第一个例子是神经耦合 (Neural Coupling)。简单来说, 当你讲一个故事时, 听众的大脑反应会变得更接近讲述者的大脑反应。我们看到与意义理解相关的神经网络被激活。这就是为什么故事在传达意义方面比单纯的事实更有效。而且, 讲述者与听众之间的神经耦合越强, 对信息的理解就越深。

另一种反应机制是叙事传输 (Narrative Transportation)。请回想您最近一次沉浸其中、忘我于故事的经历——这便是叙事传输的体现。这一过程能够深刻影响人们的信念、态度与行为。研究表明, 个体越是深度沉浸于故事之中, 就越容易接受其中传递的信息, 并且不太可能提出反驳。若听众对故事角色产生积极的情感联结, 他们往往会主动调整自身态度与行为, 使其与角色更趋一致。这会带来积极的结果——例如, 当医生讲述一个面对类似健康挑战但通过改变而改善的人的故事时, 病人更可能采纳健康习惯。

最后, 我们的大脑在故事过程中会释放多巴胺 (Dopamine), 这能提升记忆力和回忆的准确性。叙事传输中的情感体验尤其会影响信念和态度, 因为情感会在我们听完故事很久之后, 仍然对信息起到强有力的强化作用。

当然，正因为这些原因，故事讲述也可能带来负面影响。所以，保持故事讲述的伦理非常重要。我们的目标不是操控听众，而是要意识到故事的力量。

<https://www.brainfacts.org/neuroscience-in-society/the-arts-and-the-brain/2021/why-the-brain-loves-stories-030421#:~:text=People%20that%20read%20more%20fiction,hitting%20the%20gym%20exercises%20muscles.>



行动: 讲故事时，你的大脑运作方式会有所不同

叙事传输（沉浸）+ 对角色的共情 =

- 更强的风险感知
- 更多的亲社会行为
- 更高的行动可能性



7

故事在促使人们采取行动方面也比单纯的信息更有效。它们更能更有效地提升听众对风险和问题严重性的感知。研究证明，故事在促进环保行为和亲社会行为方面更具效果。综合来看，这些因素都会提高人们在听完你的故事后采取行动的可能性。

解决方案展示重点

说服力、信念



行动



8

好了，现在我希望已经说服你们：故事讲述对于创造力和创新本身至关重要。接下来的时间，我们将聚焦于说服力、信念和行动这些结果。我们已经知道故事讲述的重要性，但在专业场合中，我们该如何构建故事呢？

目标为何？旨在获取深度参与！



9

强大的沟通能力一直与领导力紧密相关。然而，我们认为，要想作为创新者取得成功，就必须成为一名出色的沟通者。简单来说，如果你无法有效地传达自己的工作，就无法获得成功所需的支持。

因此，虽然我们将在解决方案展示和竞赛中享受一些乐趣，但我们也希望，通过准备展示，你们能够从根本上改变与捐赠者、投资人、政策制定者、合作伙伴及其他利益相关者的沟通方式。

另外，你们的团队将要站上舞台，面对大约一百名观众。这会是一次非常有趣的经历，也可能是你职业生涯中从未尝试过的事情。当然，这也可能让人有些紧张，所以我们希望你们能够做好准备，并感到自如！

实际上，你们最大的筹资成功未必会来自一次竞赛中的推介演讲。但我们之所以借鉴私营领域的这一做法，并把它应用到我们的工作中，是因为它能教会你们如何让人们快速理解并投入到你们的工作中的基本方法。.

如何讲故事?: 叙事四部曲



可信度

邀请



问题



愿景



10

一个强有力的公式，可以让你始终有效地吸引别人关注你的想法，就是把故事分为四个部分来讲述：

- 我们试图解决的问题
- 如果解决了这个问题，世界会是什么样子的愿景
- 我们为什么相信自己能够解决这个问题
- 邀请听众成为解决方案的一部分

接下来我们会简要介绍这四个部分，然后请你们为自己的创新构建一个四部分的故事。完成之后，我们将对每个部分进行更深入的探讨，帮助你们进一步完善。

如何讲故事?: 叙事四部曲



帮助人们关注这个问题

- 从“为什么”开始
- 要具体
- 聚焦个人体验层面
- 简化表达



11

我们总是从问题开始。许多人在沟通中常犯的第一个错误，就是直接讲解决方案的细节或如何运作。为了吸引听众，请始终从“为什么”开始，而不是“怎么做”。我们必须先帮助听众在脑海中建立起一个理由，去关注我们所谈论的内容。

这就是我们的第一个思维模式转变。我们往往习惯于从“怎么做”开始。甚至在日常对话中，我们也习惯于解释“做什么”或“怎么做”，而不是先谈“为什么”。比如，我们常见的问题——“你是做什么工作的？”——强调的就是工作的“做什么”和“怎么做”，而不是“为什么”。

人们通常能理解或记住你具体做的事情吗？你有没有觉得，当别人解释自己工作时，有时很难听懂？如果我们试着从“为什么”开始会怎样呢？试着想一想——为什么你的工作会存在？

好，我给出两个例子：假设我在一个社交活动中，以传统方式介绍自己：

#1 嗨，我是 **Whitney**！我是一个 **USAID** 项目的主任，这个项目叫“加速韧性创新”。

我甚至可以更简单地说，我是全球发展领域的创新顾问。

再试一次，这次我强调“为什么”，而不是“做什么”：

#2 在世界各地危机迅速加剧的情况下，美国政府需要资助人道援助的新方法。我负

责的项目支持孟加拉国的本地创新者提出新的方法来应对人道主义危机，并协助他们进一步打磨想法。我们希望把这个项目的经验教训应用到其他复杂的人道主义应对工作中。

好，哪个更容易让你的大脑理解？哪个更有说服力？作为一个小作业，试着暂停视频，描述一下“为什么你的工作会存在”。下次当有人问你“你是做什么的”时，尝试用这个方法，看看是否会改变你们的互动。

对我们很多人来说，学术训练或撰写报告、提案的经历，也让我们形成了某种固定模式。如果你有这种经历，想一想你上一次写提案或报告时，它是从哪里开始的？很可能是从项目地区的一些人口统计学背景开始，或者一些关于贫困或你所在领域的通用数据。这些背景可能会写上好几段。

这并不是说背景不重要，而是它不应该成为我们沟通时的开场重点。与听众的第一步，是帮助他们快速理解问题，从而决定他们是否关心这个问题。

当你写下对问题的描述时，一定要做到具体，并为听众简化内容。还有一点至关重要：一定要把问题拆解到真实的人是如何体验它的。为什么这很重要？即使你致力于解决的是一个系统性问题，我们也知道，讲述与“人”相关的故事激活大脑的方式，是抽象的系统所无法做到的。

如何讲故事?: 叙事四部曲

愿景

- 如果我们解决了这个问题，世界会是什么样子？
- 愿景可能远大于你当前的解决方案或追求



12

接下来，告诉你的听众你的愿景是什么。
如果你解决了这个问题，世界会是什么样子？

当然，你的实际解决方案、你当前的目标，或你至今所取得的进展，可能都比这个愿景要有限。这完全没问题。
你需要的是邀请听众进入一个更宏大的可能性图景。

如何讲故事?: 叙事四部曲



让我们相信你的解决方案

- 帮助我们理解你的解决方案如何解决问题
- 告诉我们你已经取得了哪些成果



13

接下来，听众必须相信你的解决方案确实能解决这个问题。清晰地表达你的解决方案如何成为连接问题与愿景之间的桥梁，并分享你已经取得的成果，或为什么我们应该相信这个解决方案。

如何讲故事?: 叙事四部曲

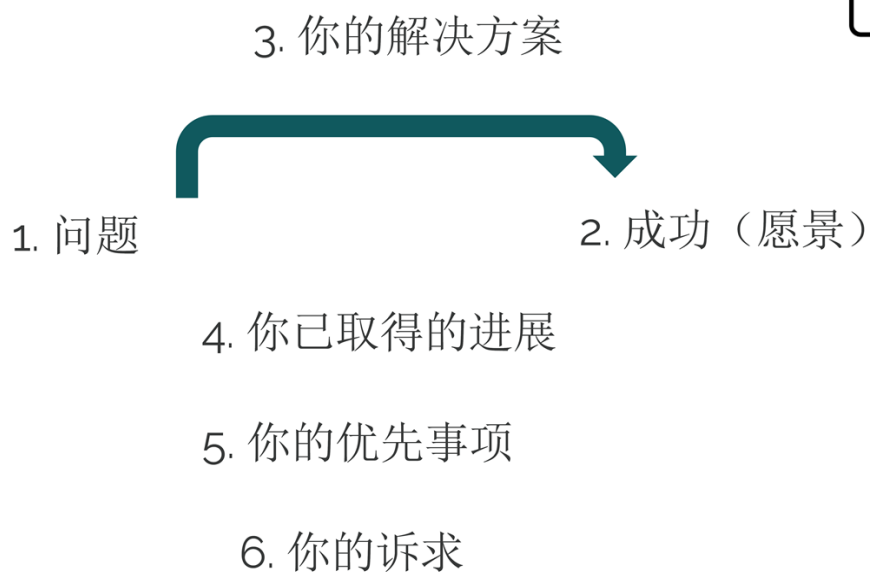


发出邀请

- 告诉我们你需要什么来实现愿景
- 让人们知道他们可以如何提供帮助



最后，你需要发出一个邀请（**Invitation**）。清楚地说明你认为实现愿景需要什么，并具体说明听众可以做出哪些贡献。



15

因此，我们将要求大家按此框架构建你们的提案推介！请从问题开始，描绘成功的愿景，阐释你们的方案如何解决问题，然后清晰阐述目前已取得的进展、下一阶段的优先事项以及具体诉求。

如何讲故事?: 画出你的故事/推介

为什么画出你的推介?



... 澄清你的思路...



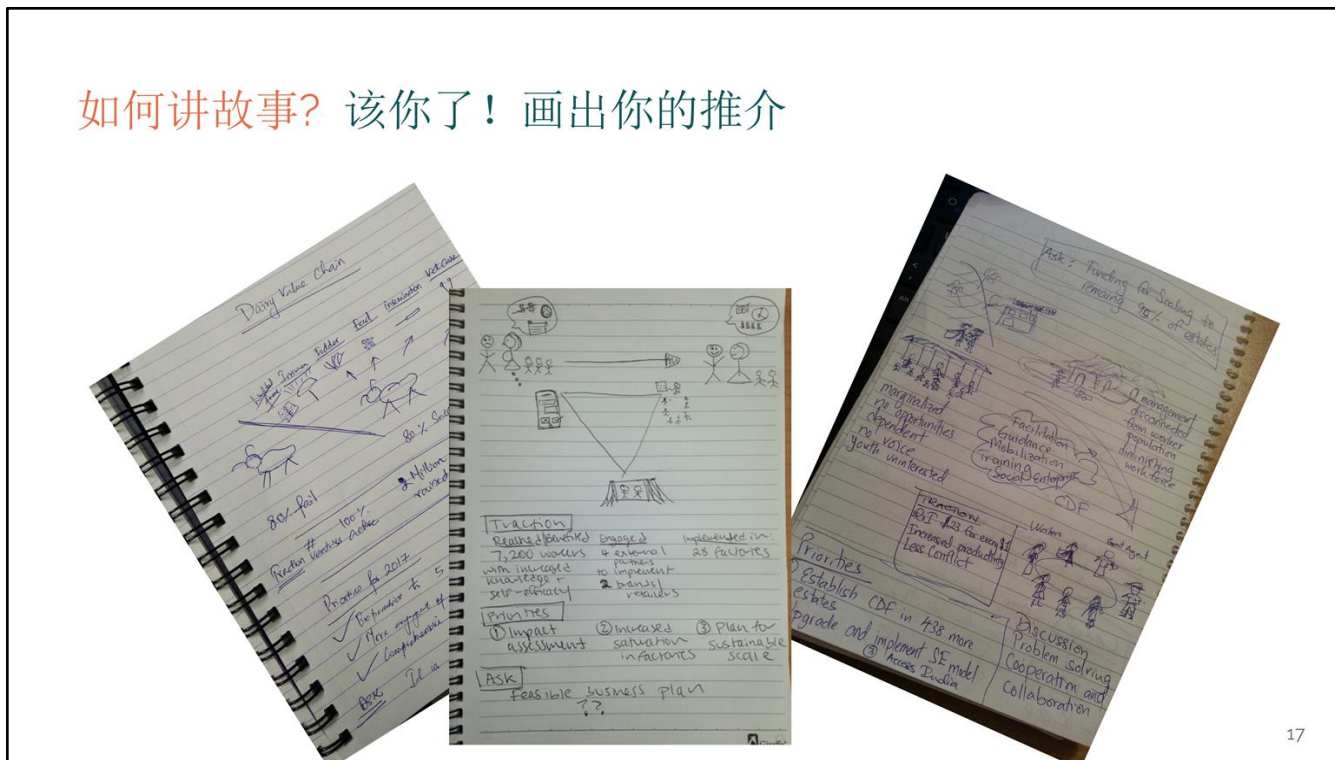
... 并简化你的语言

16

我建议你先暂停视频，开始起草你的第一个推介稿。不过，我要请你不要用写的，而是用画的！

这可能看起来有点傻，但绘画其实是一种能帮助我们迅速转换思维方式的技巧。因为在画图时必须非常具体地思考，这会帮助你澄清思路，并大大简化你的语言。

如何讲故事？该你了！画出你的推介



17

这里有一些往届比赛获胜者的真实截图，他们的初稿就是用画的。你可以看到，他们稍微“作弊”了一点，加了一些文字，但他们确实通过绘画来进行思考。试着暂停视频，把上一页的六个部分画出来。

试着画：

- 问题
- 愿景
- 解决方案
- 迄今为止的成果
- 未来的优先事项
- 以及你的诉求

好了，试试吧，完成后再继续播放视频。

如何描述你的问题和愿景？

故事讲述!



18

既然我们已经有了一个简单的格式，现在要给你一些小技巧，帮助你完成推介的每个部分。

首先，让我们思考如何把故事讲述作为推介的基础。如果可能，试着聚焦并讲述一个亲身经历过你要解决的问题的人物故事。注意，这个人不一定是直接承受问题后果的人。他也可以是一名应急人员，或者是在这个领域工作、受到我们已经分析过的系统性问题的阻碍。

当你展示了问题在个人层面的具体体验之后，再把这些体验与背后的系统和根本原因联系起来。

先“拉近镜头”，让抽象的问题变得易于理解和共鸣；然后再“拉远镜头”，清晰呈现这个问题的范围和影响。

故事的结构

- 你的故事是否遵循某种典型模式或结构？
- 它的情感弧线是怎样的？



19

同样值得记住的是，某些故事原型在文学、神话、电影等中反复出现，并且跨越了大多数文化，因为它们包含了普遍吸引力的元素和情感弧线。比如，“白手起家”就是一个常见的原型，或者“宿敌变情人”的爱情故事。所以要思考一下，你的故事遵循的是哪种模式和情感发展轨迹。

当你试着理解自己所讲故事的情感弧线时，可以考虑“四个 C”：情境（**Context**）、角色（**Character**）、冲突（**Conflict**）和改变（**Change**）。你的故事是否涵盖了这些要素？

是什么让一个故事令人难忘并且有趣？

- 你是否调动了多种感官？
- 是否有惊喜或反转？
- 是否包含神秘感或悬念？
- 能否从行动中间或冲突开始（或者采用非线性结构）？
- 你是否引导观众与某个角色或情境产生共鸣？

20

在思考故事的情感曲线和“四个C”时，还有一些让故事更有趣、更难忘的小技巧。

首先，想一想如何调动多种感官。你可以加入一些细节，让人们能够想象你故事的世界。比如，当我正在录制这个视频时，我正裹着一条白色、松软的毯子，喝着一杯热气腾腾的薄荷茶。你能立刻想象出来吗？恭喜！我们刚刚一起体验了“叙事沉浸”，而我们已经了解了，这对记忆、说服力和促使观众采取行动都非常重要。之所以能这么快实现叙事沉浸，是因为我同时调动了三种感官——触觉、嗅觉和视觉。

接下来，最好的故事通常都有某种惊喜元素，让观众保持好奇，想知道接下来会发生什么。这可能是一场意料之外的反转，也可能是营造一些神秘感或悬念。讲故事的人通常会把听众直接带进事件的中间，而不是从头开始。所以，你可以尝试重构叙事时序。

同时，想办法邀请观众进入你的故事，提供让他们能与某个角色或情境产生共鸣的机会。

最后，虽然这些都是很好的技巧，但记住——一定要简短！

如何描述你的问题和愿景？

[点击这里](#): 用个人体验来讲述一个复杂问题



21

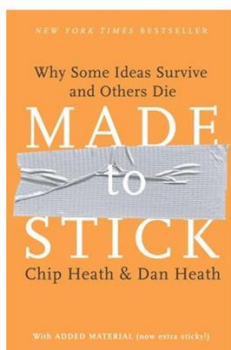
因为我们要解决的问题往往非常复杂（而且涉及不少专业术语），所以通过讲述一个具体的人亲身经历问题的故事，往往是帮助观众理解复杂问题和解决方案的最有效途径。

如果你查看幻灯片，可以点击这里的链接，观看这个演讲的前几分钟。它讲的是一个有关土地权利的复杂问题，以及一个复杂的技术解决方案。

思考一下：围绕问题讲述一个人的故事，如何让你作为观众更容易产生深度代入感？如果他们一开始就尝试直接描述那个应用程序，会有效果吗？

如何描述你的解决方案？

锚定和锚定与转折



锚定:

- “中东的巴黎.....”
- “电子绕着原子核运转，就像行星绕着太阳运转。”

锚定与转折:

- “它类似于优步，但是是为拖拉机设计的...”
- “驼像小型美洲驼，只不过更可爱，吐口水也少一些”

22

在描述你的解决方案时，不少人的确有非常复杂的方案，需要多层次的理解才能掌握，这让你在与利益相关方沟通时增加了难度。

如果你的解决方案很复杂、需要多层次解释，可以尝试一种叫做“锚点”（anchoring）的技巧。

在畅销书《让创意更有黏性》（*Made to Stick*）里，奇普·希思与丹·希思阐述了锚定的用法。锚定能帮助我们通过观众已经熟悉的例子或类比来解释复杂概念。这种方法利用人们已有的“思维脚手架”，让你能在描述中省去很多步骤。

举个例子，你可能常听到“某地是中东的巴黎”这样的说法。为什么营销人员要这样表达？因为“巴黎”在人们心中已经意味着美丽、文化、美好生活，甚至奢华。这立刻创造了一幅画面，把这些联想转移到一个他们不熟悉的新城市营销人员希望你将这种形象与你不太熟悉的新城市联系或想象起来。

优秀的老师在讲解复杂知识时，也常用锚定和思维脚手架来帮助学生理解，就像第二个例子那样。

但锚定技巧唯一的不足是，它可能让你的方案看起来和其他创新或方法很相似，并没有凸显你的独特性。

所以，要想让自己与众不同，可以使用“锚定 + 转折”（**anchor & twist**）的方法：先用比较建立锚点，然后再指出你的解决方案更好、更独特的地方。

这里有两个“锚点 + 转折”的例子：

- 它类似于优步，但是是为拖拉机设计的...”
- “驼像小型美洲驼，只不过更可爱，吐口水也少一些”

如何描述你的解决方案？

[点击这里](#): 用人们熟悉的类比和隐喻来解释你的解决方案



23

观看这个视频直到第 5 分钟。你会看到团队如何利用非常贴近生活的情境——比如在餐厅分账时要做复杂的数学计算——来帮助观众既能切身感知问题，并更好地理解解决方案。

如何描述你的解决方案？

点击这里: 转换视角，通过「拉近」与「推远」的叙事手法，使问题与解决方案清晰呈现



如何描述你的成果与进展？

成果，可信度，与社会证明



25

既然你已经成功描述了问题、愿景和解决方案，现在你需要让人们相信你的团队是可信的，并且能够成功创建和实施你提出的解决方案。

传达进展 (**traction**)的最佳方式，就是说明你迄今为止取得的成果。如果你已经有一个成熟的方案，你就可以谈论其影响作为证明。但由于你们正在做的是新的或非常早期的想法，就需要采用稍微不同的方式。

如果可以的话，分享一下你在过去几个月参加“加速创新促进孟加拉国韧性”项目 (**AI4R**) 期间取得的成果。你是否已经基于学习做过方向调整？是否建立了让你兴奋的新合作伙伴关系？尽管大胆讲出来！

成果很重要，但说服力还依赖于另一点，那就是我们常常忘记的社会证明 (**social proof**)。所谓社会证明，就是受尊敬人士对您工作的认可、参与或信任。

你可以提及捐助者、合作伙伴、机构或政府；这些都是很好的信号，表明你们做的事是有价值的，且有远见卓识者正支持您的行动。

不过，在使用社会证明前请务必考虑受众属性！只有当这些例子对你的

观众有意义并且可信时，它们才真正有效。

如何提出你的诉求（Ask）？

邀请人们参与到你的解决方案中



26

最后，请邀请人们共同参与您的解决方案。需要仔细考量听众的构成，以及提出可行的诉求，让他们对能为此贡献力量感到兴奋。

在提出请求时，请务必同时包含非资金需求。

需要注意什么？

- 过分依赖线性叙事
- 沉迷于自我偏爱的细节（但最终与叙事弧线不契合）
- 拒绝迭代修改草稿
- “知识的诅咒”：你对自己的方案了解过多
- 不练习！
- 不获取反馈！
- 反思你讲述的究竟是谁的故事？

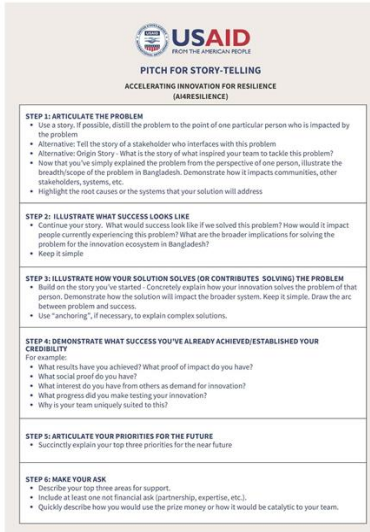
与观众建立联系

- 建立连接——搭建情感桥梁，消弭您与听众之间的隔阂
- 树立可信度——激发信任与信念
- 保持人性化呈现——展现真实的自我
- 明确重点——清楚界定你演讲的目标
- 这不是关于你——深度共情听众。如何让听众与你共鸣？共情是双向的
- 塑造故事——营造情感吸引力与兴趣

28

<https://www.17triggers.com/portfolio/learning-and-iterating-for-better-hand-hygiene-2/>

推介模板



29

故事讲述的推介 加速韧性创新（AI4RESILIENCE）

步骤一：清晰表达问题

- 用一个故事。如果可以，把问题浓缩到一个具体受影响的人身上。
- 备选：讲述一位与该问题相关的利益相关者的故事。
- 备选：起源故事——是什么激励了你的团队去应对这个问题？
- 在你用一个人的角度简单解释了问题之后，再展示这个问题在孟加拉国的广度/范围。说明它如何影响社区、其他利益相关者、系统等。
- 突出你方案要解决的根本原因或系统性问题。

步骤二：描绘成功的样子

- 延续你的故事。如果我们解决了这个问题，成功会是什么样子？它会如何影响当前正在经历这个问题的人？解决这个问题对孟加拉国的创新生态系统又有何更广泛的意义？
- 保持简洁。

步骤三：展示你的方案如何解决（或帮助解决）这个问题

- 基于你已经开始的故事，具体说明你的创新如何解决那个人的问题。展示该

方案如何影响更广泛的系统。保持简洁，描绘出从问题到成功的弧线。

- 如有需要，使用“锚点”来解释复杂方案。

步骤四：展示你已经取得的成功/建立你的可信度

例如：

- 你取得了哪些成果？有什么影响力的证据？
- 你有哪些社会证明？
- 你是否获得他人对创新的兴趣或需求？
- 在测试你的创新时取得了哪些进展？
- 为什么你的团队特别适合做这件事？

步骤五：明确未来的优先事项

- 简要说明你近期最重要的三大优先事项。

步骤六：提出你的诉求

- 描述你最需要支持的三个方面。
- 包括至少一个非资金方面的诉求（例如伙伴关系、专业知识等）。
- 简要说明你会如何使用奖金，或者它将如何对你的团队产生催化作用。

伦理叙事的原则



30

1. 这不是我的故事。
2. 我不造成伤害。
3. 我们都是多维度的。
4. 同意不仅仅是文书。
5. 我有偏见（要牢记）。
6. 我做足功课。
7. 我富有同理心。
8. 我像保护自己的数据一样保护他人的数据。
9. 真实胜于标题。
10. 一个故事可以改变世界。

伦理叙事的基础

- I. **深度同意**：明确征得当事人许可，说明可以使用他们的故事、使用多久、如何署名，以及他们如何撤回同意。
- II. 认识到讲述创伤故事可能会让当事人**再次受到创伤**；在与他们谈论故事时，要关注他们的情感体验。
- III. 以**好奇心和清晰的目的**去对待故事。
- IV. 使用**基于优势的提问方式**——避免让讲述者再次受到伤害。

<https://ethicalstorytelling.com/downloads/storyteller-ethical-storytelling-webinar-how-to/>

练习伦理叙事

当与你的利益相关方和社区交流时，你可以用基于优势的提问来引导：

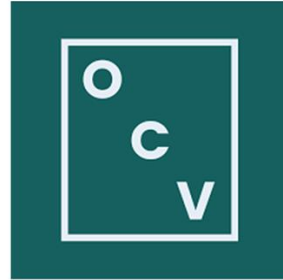
今年你经历过什么时刻让你感受到.....

- 巨大的改变？
- 深刻的归属感？
- 连结感？
- 强有力的合作？

这有助于把讲述者/社区/利益相关方定位为有能力改变自身处境的人。

<https://m.youtube.com/watch?v=aNqfFafXGLA>

伦理叙事相关资源



ETHICAL STORYTELLING™

33

<https://ethicalstorytelling.com/downloads/storyteller-ethical-storytelling-webinar-how-to/>

[https://www.linkedin.com/pulse/ethical-storytelling-decolonizing-practice-michael-kass/?midToken=AQG0GZ9bZKUTTA&midSig=IVdAwEFqDhSqAl&trk=eml-email series follow newsletter 01-newsletter hero banner-0-open on linkedin cta&trkEmail=eml-email series follow newsletter 01-newsletter hero banner-0-open on linkedin cta-null-amlki~ld9e7w3z~g3-null-null&eid=amlki-ld9e7w3z-g3](https://www.linkedin.com/pulse/ethical-storytelling-decolonizing-practice-michael-kass/?midToken=AQG0GZ9bZKUTTA&midSig=IVdAwEFqDhSqAl&trk=eml-email%20series%20follow%20newsletter%2001-newsletter%20hero%20banner-0-open%20on%20linkedin%20cta&trkEmail=eml-email%20series%20follow%20newsletter%2001-newsletter%20hero%20banner-0-open%20on%20linkedin%20cta-null-amlki~ld9e7w3z~g3-null-null&eid=amlki-ld9e7w3z-g3)

视觉呈现

幻灯片：

- 建议5-7页
- 文字尽量精简
- 善用图片、图标与图形元素
- 欢迎使用其他视听辅助工具！

34

您需准备辅助幻灯片。这些幻灯片应当有 **90%** 是视觉内容，以此来补充你要讲给观众的故事。目标是准备 **5-7** 页幻灯片，文字尽量精简。。我们将提供**SxD**品牌模板供您使用。非**CARE**团队请在使用**SxD**品牌**PPT**时加入自身标识！我们同时将提供去年团队的演示案例供参考。

幻灯片演示时长：1分钟

讲解脚本的时间：2分钟

建议

- 保持简洁明了
- 幻灯片应当起到补充你故事的作用
- 练习演示和切换幻灯片



"Earth Day Presentation" by NASA Goddard Photo and Video is licensed under [CC BY 2.0](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/).

35

给大家分享一些小技巧, 供您在为故事叙述环节设计幻灯片时参考。这里有几个总体建议:

- **保持简短和简单** —— 你只有 10 分钟时间来向观众和评委传达你的解决方案及其影响。不要让幻灯片分散注意力。目标是准备 5 页幻灯片, 并确保内容简洁不过度复杂。
- **幻灯片应当是演讲的补充** —— 如果幻灯片比你本人更抢眼、更有娱乐性, 观众就不会认真听你说什么。重点放在展示能够支持你故事的证据。
- **练习演示和切换幻灯片** —— 熟悉幻灯片切换和动画效果。你会有机会在活动前一晚在会场, 使用麦克风和大屏幕进行彩排。