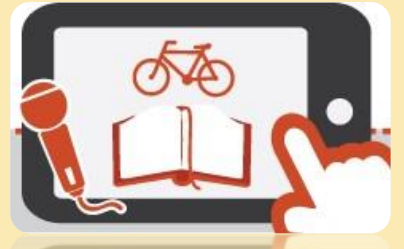




StoryLand



DİJİTAL ÖYKÜLEME ARAÇ SETİ

*Kendi Dijital Öykünü Yaratmak İçin Bilmen
Gereken Her Şey*





Erasmus+

Proje Adı:

- ✓ Yetişkinler İçin Yeni E-Sanatsal İngilizce Öğrenme Yaklaşımı

Proje Numarası:

- ✓ 2020-1-TR01-KA227-ADU-098764

Proje Lideri:

- ✓ Van İl Milli Eğitim Müdürlüğü - Türkiye

Project partners:

- ✓ Zavod Boter - Slovenya
- ✓ UC LIMBURG - Belçika
- ✓ Sportsko učilište PES - Hırvatistan
- ✓ Van Edremit Halk Eğitimi Merkezi - Türkiye
- ✓ RS Planlama Proje İnşaat Eğitim Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi – Türkiye

İngilizce Aslından Çeviren:

G. Ezgican KIZILOK

“Erasmus+ Programı kapsamında Avrupa Komisyonu tarafından desteklenmektedir. Ancak burada yer alan görüşlerden Avrupa Komisyonu ve Türkiye Ulusal Ajansı sorumlu tutulamaz.”





Erasmus+

İçindekiler

Bölüm 1 Dijital Araçları Kullanmak İçin Temel Beceriler.....	9
İletişim Kurma	10
a) Resmi ve Resmi Olmayan İletişim.....	10
b) Bir E-Mail Nasıl Gönderilir?	2
1) E-Mail ekleri	5
2) Mesajınıza dosya nasıl eklenir?	5
3) Ekli ve korumalı e-posta alma	6
4) E-posta Eklerinin İndirilmesinin Güvenli Olup Olmadığı Nasıl Anlaşılır?	7
c) Sosyal Medya ve Sosyal Katılım	7
İşlem Yapma	9
Online Alışveriş	9
1) Kayıt	9
2) Ürün Arayın veya Göz Atın	10
3) İnternetten alışveriş yapmak	11
4) Kontrol etme ve ödemeyi tamamlama	13
5) Güvenli Alışveriş Nasıl Yapılır?	15
Çevrimiçi Güvende ve Yasal Olmak	18
a) Gizlilik Ayarları ve Önlemleri.....	18
b) Gizliliği Korumak İçin Bir Tuz Tanesi	19
c) Spamlardan Kaçınun	20
d) E-postanızı Düzenli Olarak Güncelleyin	20
e) Akıllı ve Gizli Şifreler.....	21
f) Akıllı Şifreler Nasıl Seçilir?	22
g) Parolanızı Nasıl Koruruz	23
h) Birisi Parolanızı Çaldığında Ne Yapmalısınız?	24
i) Çerezlerin Kullanımı ve Gizlilik	24
j) Çerezleri Nasıl Kontrol Edebilirim?	25
Dijital Kurulum Becerileri	25
a) İnterene Bağlanma	25
b) Tarayıcı Kullanma	27
c) Şifreleri Güvende Tutmak	28
Bilgi ve İçeriğin İşlenmesi	30
a) Arama Motorlarını Kullanmak	30





Erasmus+

b) İçerik Güvenilirliğini Anlamak	31
Problem Çözme.....	31
a) Giriş	31
b) Çevrimiçi Eğitimleri Kullanma.....	33
c) Önemli Web Siteleri	33
Paylaşım.....	37
a) Giriş	37
b) En Yaygın İçerik Paylaşımı Biçimleri	37
1) Sosyal medya gönderisi.....	37
2) Hikaye	37
3) Blog gönderisi/ Makale	37
c) İçerik Paylaşmanın Faydaları	38
d) Hedef Grup.....	39
e) Önemli İpuçları	39
f) Sosyal Medyada İçerik Paylaşımı	40
g) İçerik Düzenleme	40
h) İçeriğin Yasal Olarak Paylaşılması	40
1) Doğru içeriği paylaştığınızdan emin olun.....	41
2) Bakış açınızı sunun.....	41
3) Yazara kredi verin.....	41
i) Başkalarının İçeriğini Paylaşma	41
1) Bloglar İçin	41
2) Görseller İçin	41
3) Sosyal Medya İçin	41
j) Başkalarının İçeriğinizi Paylaşmasını Sağlamak	41
1) Kaliteli görseller kullanın	41
2) Sosyal medya paylaşımlarınızı artırabilirsiniz	42
3) İçeriği diğer kişiler veya işletmelerle paylaşın	42
4) Paylaşım düğmeleri ekleyin (varsa).....	42
5) Başkalarının içeriğini paylaşın.....	42
6) İçeriğinizi güncel tutun	42
7) Bir şeyin önemli ölçüde paylaşılmasını istiyorsanız, takipçilerinizden paylaşmaya devam etmelerini isteyebilirsiniz.	42
Bölüm 2 Dijital Bir Öykü Yaratma Adımları	44





Erasmus+

Konu Seçimi.....	45
Doğru Mesajı Seçmek.....	47
a) Hedef kitlenizi bilin	47
b) Hedef grubunuzla bağlantı kurun	47
c) Hikayenizle hangi hedefe ulaşmak istediğinizi bilin	48
d) Hikayenizi görüntüler ve gerçeklerle destekleyin	48
e) İlgili ve spesifik hale getirin.....	48
f) Öykülemenizde gerilimi kullanın	49
Senaryo Oluşturma/Öyküyü Düzenleme	49
Hikaye İçin Görsel ve İşitsel Malzeme Seçimi	51
Bir Dijital Hikaye Örneği – Powtoon tarafından oluşturuldu	52
Chapter 3 Dijital Öyküleme Üzerine Alan Yazın İncelemesi	56
Dijital Öyküleme.....	57
a) Öyküleme.....	57
b) Dijital Öyküleme	58
c) Dijital Öykülemenin Ortaya Çıkışı ve Tarihçesi.....	58
d) Tanımlar.....	59
e) 21. Yüzyıl ve Dijital Öyküleme	59
f) Dijital Öyküleme Türleri	61
1) Kişisel hikayeler	61
2) Tarihi olayları anlatan hikayeler	61
3) Bilgilendiren veya Eğiten Hikayeler	62
g) Dijital Öykülemenin Temel Unsurları.....	62
1) Bakış açısı	62
2) Dramatik bir soru.....	63
3) Duygusal İçerik	63
4) Sesin önemi	63
5) Müziğin gücü.....	63
6) Ekonomiklik.....	64
7) Ritim.....	64
h) Dijital Öyküleme Oluşturma Süreci	64
1) Konunun seçilmesi	65
2) Konu üzerine araştırma yapma	65
3) Senaryonun ilk taslağını yazma	65





Erasmus+

4) Senaryo ile ilgili geri bildirim alma.....	66
5) Senaryoyu düzenleme.....	66
6) Görüntü bulma, üretme ve ekleme	66
7) Telif haklarına dikkat etme	66
8) Öykü panasonu oluşturma	66
9) Ses kayıtlarını oluşturma.....	67
10) Arka plan müziği ekleme	67
11) Dijital öyküyü oluşturma.....	67
12) Dijital öyküyü paylaşma.....	67
i) Dijital Öyküleme Araçları.....	68
j) Eğitim ve Dijital Öyküleme	69
1) Öğretmenler İçin	69
2) Öğrenciler için	71
k) Yetişkin Eğitiminde Dijital Öyküleme	73
l) Dijital Öyküleme ve Yetişkin Eğitimi Araştırmaları	75
Kaynaklar.....	77
Bölüm 4 Dijital Öyküleme Materyalleri İçin Daha Fazla Teknik Bilgi	82
Fotoğraf Becerilerinizi Nasıl Geliştirebilirsiniz?	83
a) Akıllı Telefonunuzla Nasıl Fotoğraf Çekilir - Adım Adım	83
1) Lensinizi temizleyin	83
2) Görüntüye odaklanmak için ekrana dokunun	83
3) Dijital yakınlaştırma ile yakınlaştırma yapmayın.....	83
4) Telefonunuzu düz tutun	84
5) İyi bir ışığınızın olduğundan emin olun	84
6) Kameranızın fonksiyonlarını öğrenin	84
7) Flaşı kapatın	84
8) Bir fotoğraf düzenleme uygulaması kullanın	84
9) Telefonunuzu sabit tutun	84
10) Pratik, pratik pratik!	84
b) Fotoğrafınızdaki kompozisyonlar	85
c) Bakış Açısı ve Perspektif Tam Olarak Ne Anlama Gelir?	86
Fotoğraf Düzenleme Programları.....	91
a) Adobe Photoshop Express.....	92
b) GIMP.....	93





Erasmus+

c) Paint.NET.....	94
d) Pixlr Editor	95
e) Pixlr X.....	96
Ekran Görüntüsü Nasıl Alınır?	97
a) Print Screen Tuşu ile Ekran Görüntüsü Alma.....	97
b) Ekran Alıntısı Aracıyla Ekran Görüntüsü Alma	99
Video Düzenleme Programları.....	100
a) MoviePlus Starter Edition.....	100
b) ShotCut.....	100
c) Avidemux.....	100
d) Free Video Editor	100
e) iMovie	101
f) Video Toolbox	101
g) Magisto	101
h) WeVideo	101
i) Looper	102
j) YouTube	102
Videonuza Ses Ekleme	102
Bölüm 5 Dijital Öykülemede Ekip Çalışması.....	106
Ekip Başarısına ve Ortak Hedeflere Bağlılık	109
Dayanışma.....	110
Kişilerarası Beceriler	111
Feedback Açık İletişim ve Pozitif Geri Bildirim	112
Uygun Ekibi Oluşturma	113
Ekip Süreçlerine Bağlılık, Liderlik ve Hesap Verebilirlik.....	114
Ekip Çalışması ve Dijital Öyküleme.....	115
a) Fikir 1: Görsel Şiir.....	116
b) Fikir 2: Kitap Fragmanları.....	117
c) Fikir 3: Haber Raporu	117
d) Fikir 4: Video Biyografi.....	118
e) Idea 5: Interviews	118
f) Fikir 6: Kamu Hizmeti Duyuruları	119
Örnek Dijital Öyküleme Kullanımları	119
a) Örnek 1. Etkili Ekip Oluşturma ve Yetkinlik Geliştirme İçin Dijital Öyküleme.....	119
b) Örnek 2. skills Dijital Öyküleme Projesinin Ekip Çalışması Becerilerine Etkisi	121





Erasmus+

c) Örnek 3. Ekip Çalışması Oyunlaştırma Modeli Aracılığıyla Dijital öyküleme.....	124
d) Örnek 4. Teknolojik Bir Öğrenme Ortamında İşbirlikçi Bir Dijital Video Projesi.....	125
e) Örnek 5. IOGGA - Bana Öykünü Anlat	127
Kaynaklar.....	129





Erasmus+

Tablolar Listesi

Tablo 1. Çevrimiçi İletişim için Görevler ve Ortamlar	10
Tablo 2. Sözlü hikaye anlatımı ile dijital hikaye anlatımının karşılaştırılması	58
Tablo 3. Dijital Öykülemenin Yedi Ögesi	62
Tablo 4. Dijital öyküleme araçları	68
Tablo 5. Eğitimciler için Dijital Öyküleme Rehberi (Robin, 2016)	69
Tablo 6. Dijital Öyküleme Süreciyle Geliştirilen Beceriler	74
Tablo 7. Ses Ekleme Adımları	103
Tablo 8. Uygulama Süreci (Öztürk ve Tunç, 2017).....	122

Şekiller Listesi

Şekil 1. Dijital öyküleme türleri.....	61
Şekil 2. Dijital öykü oluşturma adımları	65
Şekil 3. Eğitimde dijital öykülemenin kümelenmesi	73
Şekil 4. Ekim çalışmasının bileşenleri	109
Şekil 5. Ekip çalışması ve ilgili beceriler (Öztürk and Tunç, 2017)	123
Şekil 6. Araştırma modeli süreci (Chujitarom, 2020).	125





Erasmus+

Bölüm 1

Dijital Araçları Kullanmak İçin Temel Beceriler



İletişim Kurma

a) Resmi ve Resmi Olmayan İletişim

Etkili iletişim için mesajınızı hedef kitleye nasıl ilettiğinizi bilmek önemlidir. Öncelikle mesajınızda ne söylemeniz gerektiğini bulmalısınız. Mesajınızı en verimli şekilde nasıl göndereceğinize karar vermenize yardımcı olacak adımlar vardır. Etkileşimin doğasına bağlı olarak, kullanıcılar en uygun iletişim kanalını seçmelidir. Ne tür bir mesaj gönderdiğinizi belirleyin. Kendinize sorun:

- Mesajınız resmi mi yoksa gayri resmi mi?
- Bu bilgilerin referans içermesi gerekiyor mu?
- Bu bilgi acil mi yoksa zamana duyarlı mı?
- Gizli veya hassas bilgiler mi aktarıyorsunuz?
- Bu bilgi genel mi yoksa özel mi?
- Bir kişiyle mi yoksa bir grupta mı iletişim kuruyorsunuz?
- Birey akran mı, üst düzey biri mi yoksa liderlik ettiğiniz biri mi?
- Ekibinize mi yoksa tüm şirkete mi bir mesaj iletmeniz gerekiyor?
- Bu tek yönlü mü yoksa iki yönlü mü iletişim (yani, bir yanıt gerektiriyor mu)?

Ortaman seçimi esas olarak kendimizi içinde bulduğumuz duruma bağlıdır. Aşağıdaki tabloda bazı örnekler bulabilirsiniz.

Tablo 1. Çevrimiçi İletişim için Görevler ve Ortamlar

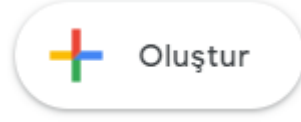
Görev	Ortam
1. Çalışana işle ilgili geniş bir konuyu açıklamamız gerekir.	Bir Zoom / Google Meet toplantısı düzenleyin
2. Resmi makamlardan belge talep edin	İş iletişim platformlarını / uygulamalarını (e-posta, Skype) kullanın
3. Potansiyel müşterinizle çevrimiçi bir toplantı ayarlamalısınız	Departmana resmi bir e-posta gönderin ve randevu alın.
4. Öğle yemeği düzenleyin	Arayın veya e-posta gönderin ve isteğinizin ayrıntılarını sağlayın.
5. Bir arkadaşınızla işle ilgili olmayan bir konu hakkında derinlemesine bir tartışma	Messenger, Instagram, Viber, Telegram'a mesaj gönderin veya kısa mesaj gönderin
6. İK departmanı ile resmi bir toplantı talep edin	Bir kişiyle özel olarak iletişim kurun



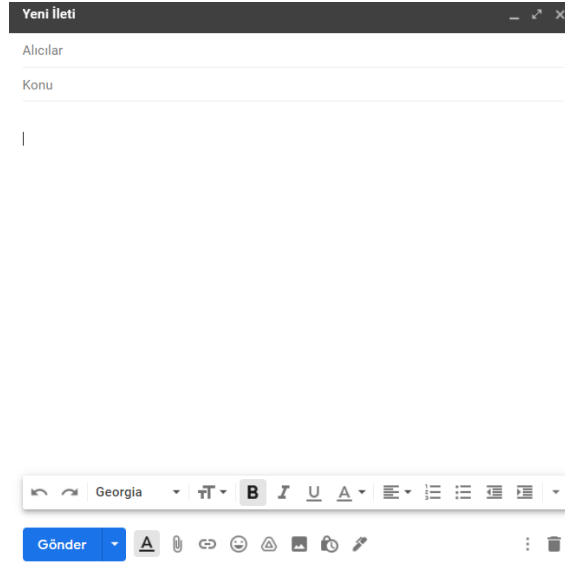
Erasmus+

b) Bir E-Mail Nasıl Gönderilir?

çok insan sürekli e-mail alır. Fakat e-mailin içinde sadece oluşturup göndermekten fazlası vardır. Kullanabileceğiniz birçok ekstra biçimlendirme var. Gmail'i ilk kez kullanıyorsanız ve zaten bir hesap oluşturduysanız, sol üst taraftaki "Oluştur" düğmesini tıklayın.



Bu, yeni mesaj penceresini açar.



Sol üst köşedeki X'in yanındaki oku tıklayın. Bu, mesajı daha da büyütür; normal boyuta dönmek için tekrar tıklayın.





Erasmus+

Varsayılan olarak, tüm gördüğünüz “Kime” alanıdır. Birinin e-postasını buraya girin. İsterseniz aynı e-postayı birden fazla kişiye gönderebilirsiniz. Sadece e-posta adreslerini yazın. Bir CC veya BCC göndermek istiyorsanız, CC veya BCC yazan düğmeyi tıklayın. Bu seçenekler “Kime” alanına tıkladığınızda görünür.

Yeni İleti — ↗ ✕

Kime | Cc Bcc

Konu

CC bir karbon kopyadır; e-postayı görmesi gerektiğini düşündüğünüz ancak yanıtlaması gerekmeyen bir kişiye gidecek olan e-postanın bir kopyasıdır.

BCC, kör bir karbon kopyadır. Bu, diğer kişilerin onu kime gönderdiğinizi göremediği anlamına gelir. Büyük bir liste gönderiyorsanız, bir hack bunu kendinize ve diğer herkese BCC'ye göndermektir. Bu şekilde herkes gönderdiğiniz şeyi alır, ancak listedeki diğer herkesi göremezler.

Yeni İleti — ↗ ✕

Kime

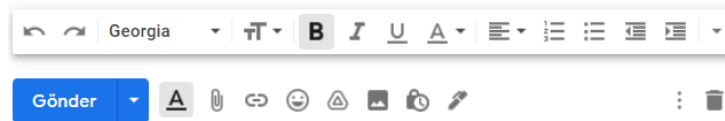
Cc

Bcc |

Konu

Alıcı(lar) satırının altında bir konu satırı bulabilirsiniz. Konu satırı, bir e-posta gelen kutularına ulaştığında, alıcıların gönderen adınızdan sonra gördüğü ilk metindir. Bir e-posta konu satırını bilgilendirici, akılda kalıcı ve kısa tutmak önemlidir.

Gövdeye yazmaya başladığınızda, biçim çubuğunu göreceksiniz. Görmüyorsanız Gönder'in yanındaki A'ya basın. Konuya emoji ekleyebilirsiniz, ancak buradaki biçimlendirmeyi değiştiremezsiniz; örneğin konuyu Kalın yapamazsınız.





Erasmus+

Biçimsiz menü, mesajın altındadır. Ataş bir dosya ekler, yanındaki dosya mesaja bir bağlantı ekler, yüz bir emoji ekler, Üçgen Google Drive'dır (bilgisayarınıza kıyasla Google Drive'da eklemek istediğiniz bir dosyanız varsa), bunun yanındaki resim eklemek içindir.

Taslak kaydedildi

Alıcılar

Konu

selam

Saatli küçük düğme, e-postayı gizli moda geçirir. Gizli mod, kişinin iletiyi iletme, yazdırma veya kopyalama yeteneğini ortadan kaldırır. Ayrıca süresi dolduğunda sınırlar ayarlayabilir ve bir kod isteyebilirsiniz.

Gizli mod

Alıcılara, bu e-postayı yönlendirme, kopyalama, yazdırma veya indirme seçeneği sunulmaz. [Daha fazla bilgi edinin](#)

GEÇERLİLİK SONU AYARLA

Süresi 1 hafta içinde dolacak 12 Nis 2022 Sal

ŞİFRE KODU GEREKTİR

Tüm şifre kodları Google tarafından oluşturulur. ?

☒ SMS şifre kodu yok ☐ SMS şifre kodu

İptal

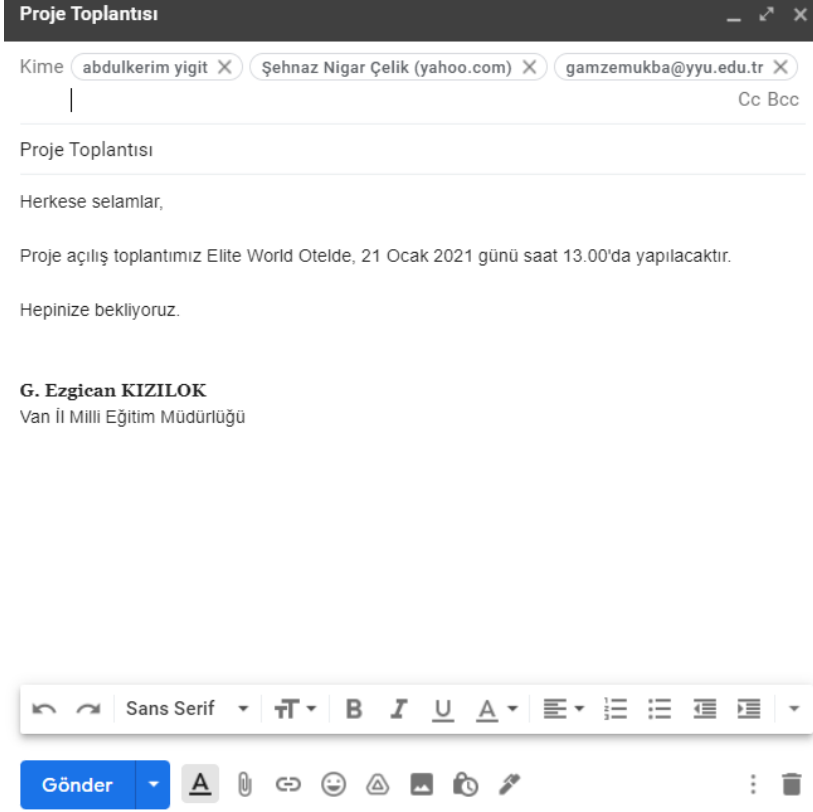
Kaydet

Bir e-posta mesajının gövdesi, esasen zarfın içindeki mektuptur. Postayla aldığınız bir mektubu nasıl okuduğunuzu düşünün. Zarfı açarsınız ve mesajın içeriğini görmek için kağıdı açarsınız.





Erasmus+



1) E-Mail ekleri

E-postanın popüler bir kullanımı bilgisayar dosyalarını (metin dosyaları, belgeler, elektronik tablolar, PDF'ler) dağıtmaktır. Bu, bir dosyanın bir e-posta mesajına "eklenmesi" ve ardından dosyanın mesajla birlikte bir alıcıya gönderilmesi ile gerçekleştirilir. Hemen hemen her tür veri dosyası, aktarım için bir e-posta mesajına eklenebilir. Ekin farklı biçimleri ve boyutları olabilir. Bir metin dosyası, taranmış dosyalar, formlar, resimler ve videolar olabilir.

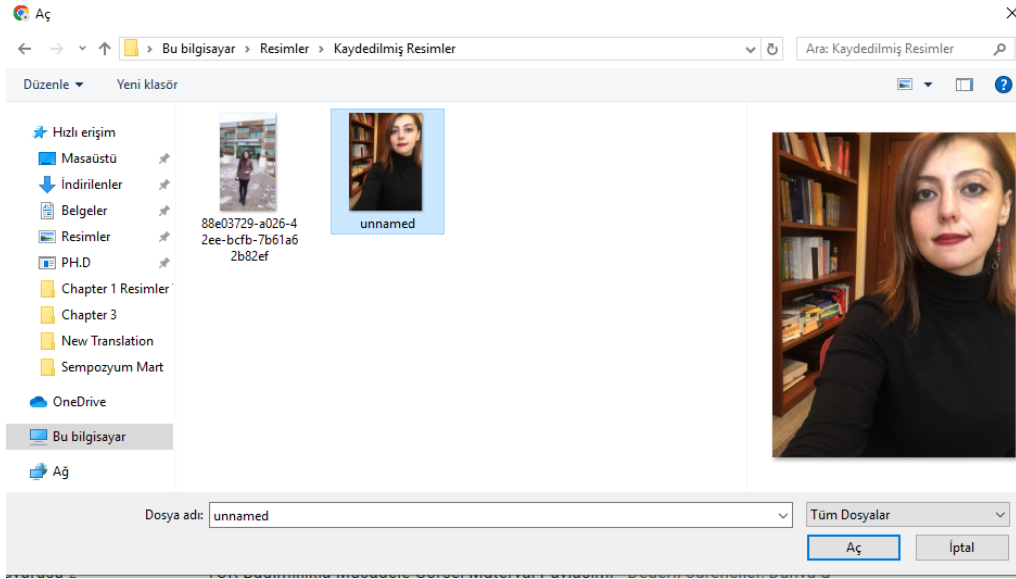
2) Mesajınıza dosya nasıl eklenir?

Mesaj pencerenizin altında Ekle'yi tıklayın. Bu bir ataş düğmesidir. Bu, yeni mesaj penceresini açar. Yükleme istediğiniz dosyaları seçin. Bir dosyaya çift tıklayın veya "yükle"ye tıklayın. Aynı anda birden fazla dosya yükleyebilirsiniz.

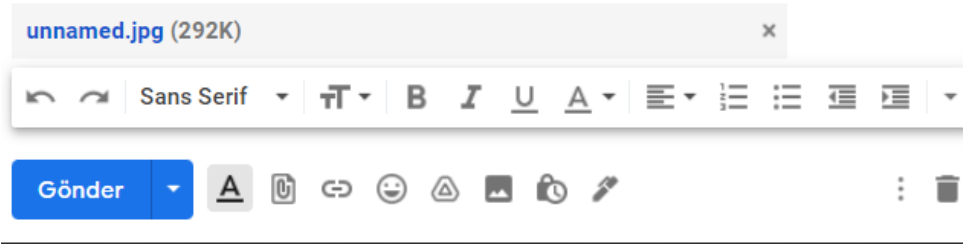




Erasmus+

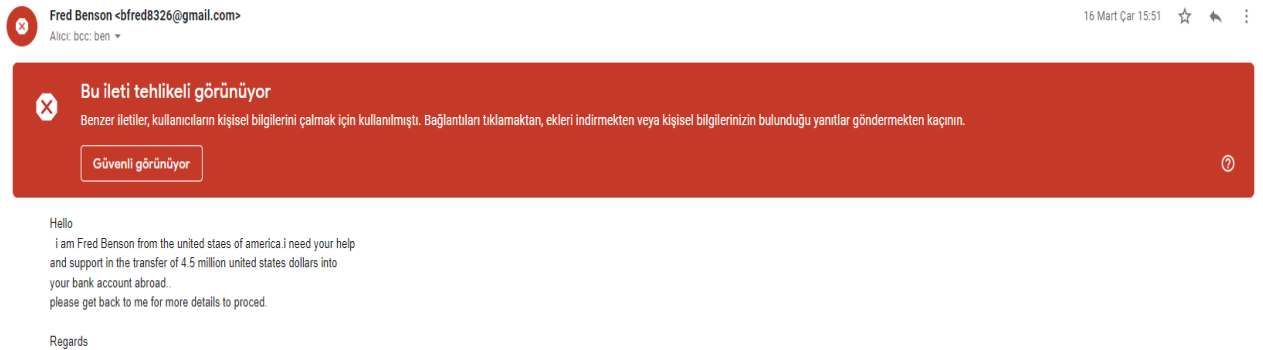


Aç'ı tıklayın. Dosya şimdi eklendi. Hem resmi hem de gayri resmi durumlarda, göndermeden önce e-postanın gövdesinde ekteki dosyadan bahsetmeniz önerilir. Dosyayı yüklemesi için birkaç saniye verin. Ekli dosya, mesaj penceresinin altında görünecektir. Ekli mesajınız hazırlanmıştır.

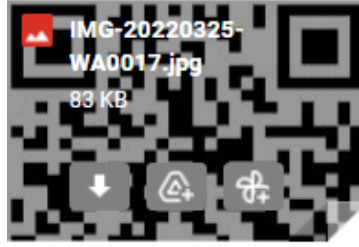


3) Ekli ve korumalı e-posta alma

Gmail, alınan iletinin kötü amaçlı dosyalar içerebileceği konusunda sizi uyarabilir. Göndereni tanıyorsanız, endişelenecek bir şey yok. Kontrol etmeye değer olsa da gönderen gerçekten düşündüğünüz kişidir.



İmleci ekli dosyanın üzerine getirdiğinizde, küçük resmin üzerinde üç düğme belirir. Dosyayı bilgisayarınıza indirebilir, Drive'ınıza (Google'ın dosyaları kaydedebileceğiniz depolama alanı) kaydedebilir veya ekli dosya bir fotoğrafısa, onu fotoğraf depolama alanınıza kaydedebilirsiniz.



4) E-posta Eklerinin İndirilmesinin Güvenli Olup Olmadığı Nasıl Anlaşılır?

Eklerin gönderilmesi maalesef kötü amaçlı yazılımların dağıtılması için bir fırsat yaratır. E-posta programları normalde ekleri otomatik olarak açmaz, bu nedenle alıcıyı ekleri manuel olarak açmaya ikna etmek için başka yöntemler kullanılmıştır. Buna "sosyal mühendislik" denir, sizi bir eyleme – eke tıklamaya – zorlamak için tasarlanmış bir saldırıdır. Saldırganlar, kullanıcıları kötü niyetli programlar yüklemeye (ekleri açmaya) kandırmak için sürekli olarak yeni sosyal mühendislik taktikleri geliştiriyor.

İndirirken bir ekin güvenli olup olmadığını nasıl anlarız?

E-posta kullanan bazı yeni sosyal mühendislik taktikleri şunlardır:

- - özelleştirilmiş kişisel mesaj metni ("Sevgili John, ..." veya "lütfen ekli faturayı inceleyin...")
- - gönderenin adını tanıdığınız birindenmiş gibi görünecek şekilde taklit edin (taklit edin ("bir-isim@uiowa.edu"))
- - mesajı tehdit edici yapın ("sizin olmadıkça hesabınız kapatılacaktır...")
- - mesajın ("support@microsoft.com") resmi görünmesini sağlayın
- - ekin zararsız görünmesini sağlayın ("my_vacation Pictures.php")
-

c) Sosyal Medya ve Sosyal Katılım

Sosyal ağ, kullanıcıların birbirleriyle bağlantı kurmalarını ve düşüncelerini, etkinliklerini, resimlerini, videolarını ve diğer medyalarını birbirleriyle paylaşmalarını sağlayan bir web sitesi topluluğudur. Eski okul arkadaşları, iş arkadaşları ve komşular dahil olmak üzere çevrimiçi bir arkadaş ve aile ağıdır. Farklı sosyal medya platformları belirli amaçlar için kullanılmaktadır. Örneğin, yaratıcılığı ifade etmek Tok-tok veya Instagram'da en yaygın olanıdır; veya birinin kariyerini ilerletmek LinkedIn'de yaygındır.



Erasmus+

Her sosyal medya türünü farklı şekillerde kullanabilirsiniz. İşte dört ana sosyal medya türü ve bunları iletişim merkezinizle kullanmaktan en iyi şekilde nasıl yararlanabileceğinize dair stratejiler:

- Bloglar sesinizi yayar ve bir kitleyle tartışmalar yaratır.
- Forumlar, müşteriler için yardım sağlar ve müşterilerin başkalarına yardım etmesine olanak tanır.
- Mikroblogger konuşmaları vurgular ve hızlı bilgi parçalarını paylaşır - ayrıca önemli tartışmaları izlemek için de kullanılabilir.
- Sosyal Ağlar, ağı bir üyesinin haberlerden, olaylardan, videolardan, anketlerden, anketlerden paylaşmak istediği her şeyin sosyal medya merkezi olarak hizmet eder ve tartışmalar etrafında topluluk oluşturur.

Sosyal medya büyük ölçüde sizin, arkadaşlarınızın (hatta müşterilerinizin) etkileşimde bulunabileceği ortamı temsil eder. Herkes sizinle iletişime geçebilir. Ne yazık ki, bu kötü amaçlı yazılımın dağıtımı için bir fırsat yaratır....

Kişisel verilerinizi sosyal medyada güvende tutmak için birkaç ipucu:

- Ne paylaştığınıza dikkat edin
- Kişisel bilgileri kişisel tutun
- Arkadaşlık isteklerini doğrulayın ve sahte hesapları engelleyin
- Kullanıldığında hesaplarınızdan çıkış yapın.
- Güçlü bir parola ve bir parola yöneticisi kullanın
- Her sosyal hesap için iki faktörlü kimlik doğrulama ekleyin
- Güvenlik ayarlarını ayarlayın ve gizlilik ayarlarınızı güncelleyin
- Şüpheli giriş denemelerini kontrol etmek için posta kutunuzu düzenli olarak kontrol edin

Arkadaşlardan geliyormuş gibi görünen bağlantıların bile bazen zararlı yazılımlar içerebileceğini veya bir kimlik avı saldırısının parçası olabileceğini unutmayın. Hiç şüpheniz varsa, tıklamayın. Bağlantının geçerliliğini doğrulamak için önce arkadaşınızla iletişime geçin. Ayrıca, kullandığımız sosyal medyanın gizlilik ayarlarına nasıl erişeceğinizi ve bunları nasıl kullanacağınızı bildiğinizden emin olun. Facebook, Twitter veya LinkedIn kullanıcısıysanız ve Sosyal Medya Gizlilik ayarlarını nasıl yöneteceğinizi öğrenmek istiyorsanız, buradan daha fazlasını okuyabilirsiniz: <https://www.socialpilot.co/blog/ultimate-guide-manage-social-gizlilik-ayarları>





Erasmus+

İşlem Yapma

Online Alışveriş

"E-ticaret" veya "Elektronik ticaret" terimini duymuş olabilirsiniz. Çevrimiçi ticari işlemleri ifade eder. "İnternet üzerinden ürün veya hizmet satın alma" olarak tanımlanmaktadır. Çevrimiçi alışveriş, özellikle gerçek dünyadan alışveriş yapmanın sakıncalı olabileceği müşteriler için pratiktir. Bugün hemen hemen her büyük perakendecinin, fiziksel mağaza raflarında bulduğunuza benzer, genişletilmiş değilse de benzer bir seçim sunan bir çevrimiçi mağazası vardır.

İnternet üzerinden alışveriş yapmak aslında çok kolay; tek ihtiyacınız olan bilgisayarınız, bir kredi kartınız ve bir İnternet bağlantısıdır. Çevrimiçi alışveriş deneyimi, perakendeciden perakendeciye benzer. Genellikle keşiften sipariş vermeye, ödeme ve ödemeye kadar ilerleyen çok adımlı bir süreçten geçersiniz.

1) Kayıt

Bazı web siteleri, satın alma işlemi yapmak için bir hesap oluşturmanızı ister. Çoğu web sitesi misafir olarak ödeme yapmanıza izin verir. Bir siteyi düzenli olarak kullanmayı düşünüyorsanız, sipariş verme/ödemeye süreci çok daha hızlı olduğu için bir hesap açmayı düşünmelisiniz.

Müşteriler, parola korumalı bir profil oluşturmak için kişisel bilgilerini (e-posta, tam ad, adres) kaydeder. Alışveriş yaptığınız her site için parolalarınızın güçlü, uzun ve farklı olduğundan emin olmak istersiniz. Bu, hesabınızın saldırıya uğramasını zorlaştıracak ve gizliliğinizi daha da koruyacaktır.

Kullanıcı, e-posta adresini doğrulamak ve hesabını etkinleştirmek için başarılı bir kayıttan sonra gönderilen bir "Kaydı Onayla" e-postasına genellikle yanıt vermelidir. Kullanıcı bunu, kendisine e-posta yoluyla gönderilen benzersiz bir etkinleştirme bağlantısını tıklayarak yapar.





Hesap oluşturun

Ad - Soyad

Cep telefonu numarası veya e-posta

Şifre

En az 6 karakter

Şifreler en az 6 karakterden oluşmalıdır.

Şifreyi tekrar girin

☐ Amazon'dan teklif ve promosyonlar da dahil olmak üzere ticari elektronik ileti (e-posta ve SMS gibi) almayı ve Amazon'un kişisel verilerimi aynı amaçla işlemesini kabul ediyorum.

* Yasalar gereği e-posta adresinizi İletişim Sistemi A.Ş. ("İYS") ile paylaşacağız. İYS'nin veri güvenliği konusunda aldığı tedbirler üzerinde herhangi bir kontrolümüz bulunmamaktadır.

Devam Et

Bir hesap oluşturduğunuzda, Amazon'un [Kullanım ve Satış Koşulları'nı](#) kabul etmiş olursunuz. Daha fazla bilgi için [Gizlilik Bildirimi](#), [Çerez Bildirimi](#) ve [İlgi Alanına Dayalı Tanıtımları](#) inceleyebilirsiniz.

Zaten bir hesabınız var mı? [Giriş yap](#)

Cep Telefonu Numarası Ekle

Cep telefonu numarası

Cep telefonu numaranızı kaydedtik

Amazon'dan kısa mesaj yoluyla otomatik güvenlik bildirimleri almayı kabul etmiş olursunuz. Hesabın ayarlarında bulunan Oturum Açma ve Güvenlik sayfasındaki cep telefonu numaranızı kaldırarak bu seçeneği devre dışı bırakın. Mesaj ve veri ücretleri uygulanabilir.

Devam Et

İptal

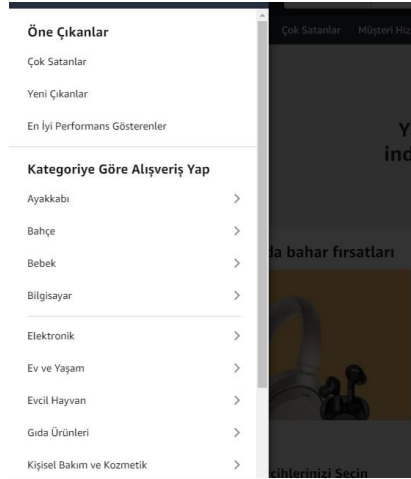
2) Ürün Arayın veya Göz Atın

Nereden alışveriş yapacağınızı belirledikten sonra, belirli bir ürünü bulmak için o sitedeki farklı ürün kategorilerine göz atmanız veya sitenin arama özelliğini kullanmanız gerekir.

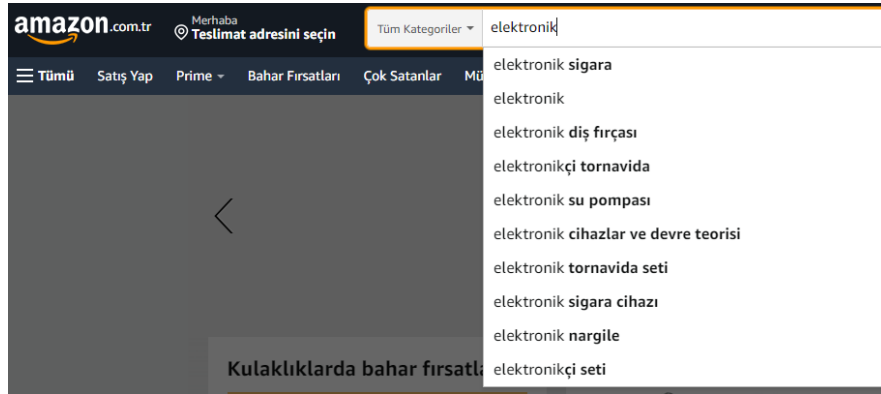
Ürün kategorilerine çevrimiçi göz atmak, bir perakende mağazasının departmanlarında gezinmeye benzer. Genellikle bir ana ürün kategorisine erişmek için bir bağlantıya tıklarsınız ve ardından ana kategori içindeki alt kategorileri görüntülemek için diğer bağlantılara tıklarsınız. Örneğin, ana kategori Giyim olabilir; alt kategoriler Erkek, Kadın ve Çocuk giyim olabilir. Erkek bağlantısını tıklarsanız, diğer alt kategorilerin bir listesini görebilirsiniz: Dış Giyim, Gömlekler, Pantolonlar ve benzerleri.



Erasmus+



Belirli bir öğeyi arıyorsanız, kelimeleri sitenin arama kutusuna girebilir ve kriterlerinize uyan belirli öğelerin bir listesini alabilirsiniz.



Siteler genellikle sonuçları farklı şekillerde sıralamanıza ve filtrelemenize izin verir. Genellikle ürünle ilgili tercih edilen özellikleri (tür, marka, incelemeler, fiyat vb.)

3) İnternette alışveriş yapmak

Banka kartınızla mal veya hizmet ödemesi yaptığınızda, ödemenin iki farklı şekilde işleme alınması seçeneğiniz vardır. Bunlar:

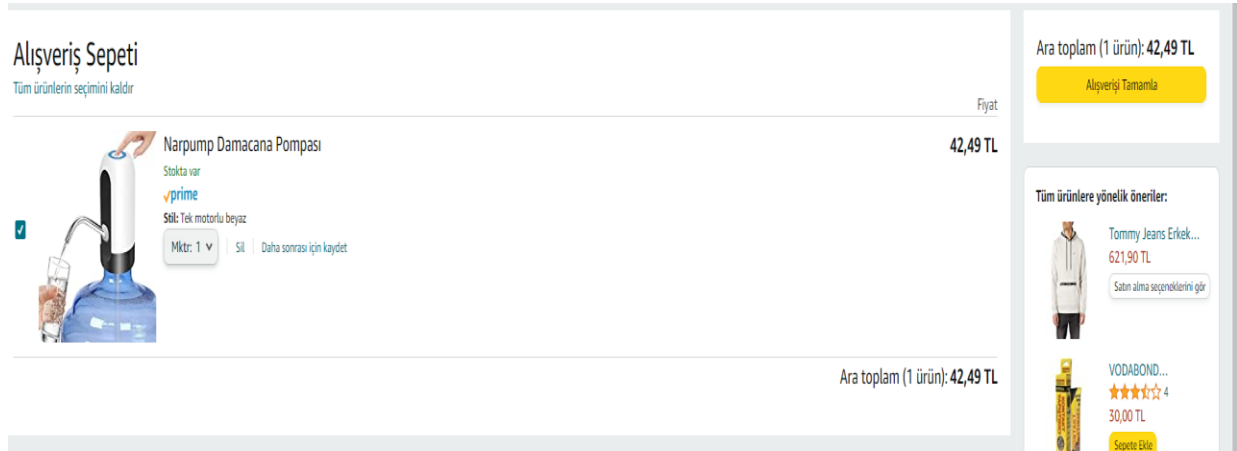
- bir kredi kartı işlem ağı aracılığıyla çevrimdışı bir işlem
- işlemi tamamlamak için bir kişisel kimlik numarası (PIN) gerektiren bir EFT sistemi aracılığıyla çevrimiçi bir işlem.

Her ürün açıklama sayfasının bir yerinde Satın Al, Şimdi Satın Al, Sepete Ekle veya benzer bir şey etiketli bir düğme olmalıdır. Siparişinizi vermek için bu düğmeye manuel olarak tıklamanız gerekir.



“Satın al” düğmesine tıkladığınızda, o ürün sanal alışveriş sepetinize eklenir. Sağ üst köşede bir dizi ögenin bulunduğu bir araba simgesi görebilirsiniz. Theus perakendeciye bağlıdır.

Ürünleri (veya hizmetleri) bir alışveriş sepetine yerleştirdikten sonra, satın alma işlemini henüz tamamlamadınız. Hatta şu anda alışveriş sepetinizi terk etmeye ve hiçbir şey satın almamaya karar verebilirsiniz. Bir ürünü sipariş edip sepetinize attıktan sonra, o sitedeki diğer ürünleri satın almayı seçebilir veya sitenin ödeme sayfasına geçebilirsiniz.



Bir sonraki adımda satın alma işleminizi inceleyebilirsiniz. Ödeme, siparişinizi değiştirmeniz için son bir fırsat sunar. Genellikle doldurmanız gereken formlar içeren bir veya daha fazla web sayfasından oluşur. İstedığınız ürünleri ve doğru miktarda sipariş ettiğinizden emin olun. herhangi bir öge satın almamaya karar verirsiniz, onu kaldırabilirsiniz. Ayrıca siparişiniz için farklı kargo türleri seçme seçeneğiniz de olabilir. Birçok tüccar, hem düzenli hem de hızlandırılmış nakliye hizmeti sunar. Bazıları, daha düşük nakliye maliyeti için tüm öğeleri gruplandırmanızı da önerebilir. Nakliye türünün değiştirilmesinin nakliye maliyetlerini etkileyebileceğini unutmayın.



Erasmus+

Site, önceki ziyaretinizden veya kayıt sürecinde bilgilerinizi girdiyseniz, bazı kişisel bilgilerinizi hatırlayabilir. Sadece onaylamanız gerekiyor.

Teslimat adresi seçin

Kullanmak istediğiniz aşağıda görüntülenen adres mi? Öyleyse ilgili "Bu adresi kullan" düğmesine tıklayın. Alternatif olarak [yeni bir teslimat adresi girebilirsiniz](#).

Veya Amazon Teslim Alma konumu seçin



Amazon Teslim Alma konumları sayesinde, size en uygun konum ve zamanda paketinizi teslim alırsınız. [Size yakın bir teslim alma noktası bulun.](#)

Ezgican Kızılok

İskele Caddesi No: 221
Van, Tuşba, Abdurrahman Gazi Mh.
65040
Türkiye
Telefon: 5451030926
[Teslimat talimatları ekleyin](#)

Bu adresi kullan

Düzenle

Sil

4) Kontrol etme ve ödemeyi tamamlama

Bir sonraki adıma geçmek için "Siparişinizi Ver" veya benzeri bir şeye tıklamanız gerekebilir. Alıcının ayrıca e-posta, ad ve adres gibi yıldızla işaretlenmiş tüm kutuları doldurması gerekir. İdeal olarak, taşıyıcının teslimat düzenlemelerini yapmak için araması gerekirse, telefon numaranızı da girmelisiniz. Bazı web sitelerinin şartlarını ve koşullarını okuduğunuzu onaylamanız gerekir, bu nedenle bu kutuyu da işaretlemeyi unutmayın ve ardından bir sonraki adıma devam et'i tıklayın.

Ara Toplam	39,90 TL
Kargo Ücreti	7,99 TL
Hizmet Bedeli	7,99 TL
Toplam	55,88 TL

☒ **Ön Bilgilendirme Koşulları'nı ve Mesafeli Satış Sözleşmesi'ni okudum, onaylıyorum.**

Siparişi Onayla butonuna tıklayarak **55,88 TL** tutarındaki ödemeyi onaylamayı kabul edeceksiniz.

[Siparişi Onayla >](#)

Son olarak, kredi veya banka kartı bilgilerinizi ve gerekli diğer bilgileri girin. Ödemeyi yaptıktan memnunsanız Kart Ayrıntılarını Onayla'ya tıklayın.





Erasmus+

Ödeme aracı seçin

 Hesabınıza kaydedilmesini istediğiniz ödeme aracını aşağıya girin.

Devam Et

Ödeme aracı ekleyin

Kredi veya banka kartları

Amazon büyük kredi ve banka kartlarını kabul eder.



Kredi kartı veya banka kartı ekleyin

Kart adını, kart numarasını (boşluk veya tire olmadan) girin ve son kullanma tarihini seçin. Satıcı ve müşteri hizmetleri temsilcisi, bankanızın yetkilendirmesi olmadan kart numarasının tamamını göremez.

Bir sonraki adımda bankanızdan bir mesaj gelir ve şifre ister. Aynı zamanda, kimliği doğrulamak için kullanılan kısa mesaj yoluyla cep telefonlarına tek kullanımlık bir şifre gönderilir. Tek Kullanımlık Parolalar ile yeni kullanıcıların kimliğini doğrulamak, hesap oturumlarını güvenli hale getirmek ve işlemleri korumak kolaydır.

Hepsi bu kadar. Alışveriş yaparsınız, ürünü incellersiniz, sipariş verirsiniz, ödeme aşamasına geçersiniz ve ödeme yaparsınız. Çoğu çevrimiçi satıcı, e-posta yoluyla size aynı bilgileri içeren bir onay mesajı da gönderir.

Bir işlem yaptıktan sonra, işlem kaydınızı yazdırın veya kaydedin. Satın alma işleminizin kağıt kaydını tutmak, daha sonra herhangi bir şeye itiraz etmeniz durumunda değerli olacaktır.

Posta yoluyla asla nakit göndermemeyi, para çekme hizmeti kullanmamayı, sosyal güvenlik numaranızı vermemeyi veya e-posta yoluyla kredi kartı bilgilerinizi göndermemeyi unutmayın. Meşru perakendeciler bunu asla istemezler. Bunu yaparsanız, dolandırılmak üzere olduğunuzun kesin bir göstergesidir.





Erasmus+

Amazon Prime

☐ 

Amazon Tarafından Gönderilir

☐ Amazon Tarafından Gönderilir

Kategori

Kulaküstü ve Kulakiçi Kulaklıklar
Kulak İçi Kulaklıklar
Kulak Üstü Kulaklıklar
Kulak Üstü Büyük Kulaklıklar
Video Oyunu ve Konsol
PC Aksesuarları
Bilgisayar Ses ve Video Aksesuarları
Bilgisayar Kulaklıkları
Cep Telefonu ve Akıllı Saat Aksesuarları
▼ 13 Kategorinin Tümünü Göster

Müşteri Yorumu

★★★★★ ve Üzeri
★★★★★ ve Üzeri
★★★★★ ve Üzeri
★★★★★ ve Üzeri

Marka

☐ JBL
☐ Sony
☐ SoundPEATS
☐ Razer
☐ Baseus
☐ Jabra
☐ HUAWEI
▼ Daha fazlasını gör

Fiyat

☐ En Fazla 20 TL
☐ 20 – 100 TL
☐ 100 – 200 TL
☐ 200 – 500 TL
☐ 500 TL ve Üzeri

TLMİN

TLMAKS.

Git

5) Güvenli Alışveriş Nasıl Yapılır?

Kendinize şu soruyu soruyor olabilirsiniz: “Çevrimiçi işlemler yapılırken ne gibi genel önlemler alınmalıdır?” Ne satın aldığınız ve kimden satın aldığınız hakkında biraz araştırma yapmak iyi bir fikirdir. Kredi kartı numaraları gibi hassas bilgileri korumak için halka açık WIFI veya kütüphane bilgisayarları gibi halka açık bilgisayarları kullanmaktan kaçının. Kendinizi tanımadığınız bir sitede alışveriş yaparken bulursanız, adres çubuğunda “https://” ve adres çubuğunda asma kilit simgesini aradığınızdan emin olun. Bunlar, sitenin SSL şifreli olduğunu gösterir, yani kişisel bilgilerinizi daha iyi korumak için gerekli güvenliği sağlar.





Erasmus+

Çevrimiçi satıcının iletişim bilgilerini belirgin bir şekilde gösterdiğinden ve bağlantı kurmak için birden çok yol sunduğundan emin olun. Bir şeyler ters giderse satıcıyı arayabilmek ve yalnızca e-posta iletişimine güvenmek istemezsiniz.

Müşteri Hizmetleri merkezimize hoş geldiniz Ezgican

Burada birçok şeyi hızlı bir şekilde düzeltebilirsiniz veya gerekirse sizi bir kişiye bağlarız.

Bugün hangi konuda yardıma ihtiyacınız var?



Siparişleriniz
Paketleri takip et
Siparişleri düzenle veya iptal et



İadeler ve Para İadeleri
Ürünleri iade edin veya değiştirin
Ürün iadesi posta etiketlerini yazdır



Ödeme Seçenekleri
Ödeme yöntemi ekleyin veya yöntemleri düzenleyin
Süresi dolmuş banka kartı veya kredi kartını değiştirin



Prime'i Yönet
Prime avantajları hakkında bilgi al
Prime üyeliğini iptal et



Hesabım
Hesap tercihlerinizi yönetin
Oturum açma bilgilerinizi güncelle



Şüpheli Bir Durumu Bildirin
Dolandırıcılık araması, SMS veya Kimlik Avı E-postası



Hediye Kartları ve Hesaba Yükleme Yapma
Bakiyeyi görüntüleyin veya bir kartı kullanın



Bize Ulaşın
Müşteri hizmetlerimize telefon veya sohbet yoluyla ulaşın

Sitenin iade politikasını ve memnuniyet garantisini arayın. Sipariş ettiğiniz şeyi beğenmezseniz, ilgileneyeceğinizden emin olmak istersiniz.

Yardım ve Müşteri Hizmetleri

Tüm Yardım Başlıkları

İadeler

Sipariş Ettiğiniz Ürünleri İade Etmek
İade Politikalarımız Hakkında
Pazaryeri Ürün ve Para İadeleri Hakkında
Yasal Haklarımız
Tehlikeli Madde İçeren Ürünlerin İadesi
Moda Ürünlerinde Ücretsiz İade Hakkında

Hızlı çözümler

Siparişleriniz
Siparişleri takip et veya iptal et
 İadeler ve Para İadeleri
Ürünleri iade edin veya değiştirin
 Ödeme Ayarları
Ödeme yöntemi ekleyin veya yöntemleri düzenleyin
 Hesap Ayarları
Giriş bilgilerinizi veya adresinizi değiştirin
 Prime'i Yönet
Avantajları iptal etme veya görüntüleme
 Taahhüt
Taahhüt firması bilgileri

Başka çözümler bulun

Q

İadeler ve Para İadeleri > İadeler >

Yasal Haklarınız

İade nedeni, bir ürünü iade etmek için sahip olduğunuz zamanı belirler. Bir üründen memnun kalmadığınızda en fazla 30 gün içinde bu ürünü iade edebilirsiniz. Ancak ürün kullanılmamış ve defolu veya hasarlıysa iki sene içinde şikayette bulunabilirsiniz.

Cayma hakkı

Siparişinizi 14 gün içinde neden belirtmeden iptal edebilirsiniz, iptal politikamızın tümü ve cayma hakkına yönelik daha fazla bilgi için [Kullanım ve Satış Koşullarımız](#) bölümüne bakın. Ayrıca Çevrimiçi İade Merkezimiz bölümünü kullanarak çevrimiçi olarak da iptal edebilirsiniz.

İsteğe bağlı iade garantisi

Cayma hakkınıza bakılmaksızın neredeyse tüm ürünleri elinize geçtikten sonraki 30 gün içinde iade edebilirsiniz. Her ürünü aldığınız koşullarda iade etmeniz gerektiğini lütfen göz önünde bulundurun. Diğer bir deyişle yeni ürünlerin kullanılmamış, hasar görmemiş ve eksiksiz olarak iade edilmesi gerekmektedir. Kullanılmış ürünlerde yeni kullanım veya hasar belirtisi olmamalıdır. İade işleminiz için lütfen Çevrimiçi İade Merkezimiz kısmını kullanın.

Belirli ürün gruplarından ürün iade ederken hangi ürünlerin iade edilemediğini ve nelere dikkat edilmesi gerektiğini öğrenmek için [İade Politikalarımız Hakkında](#) bölümüne bakın.

Not: İade alanındaki bilgiler, isteğe bağlı iade garantimizin kullanımı için geçerlidir. Bu koşullar hiçbir şekilde sizin yasal cayma hakkınızı sınırlamaz. [Kullanım ve Satış Koşullarımız](#) bölümünde yasal cayma hakkına yönelik ayrıntılar bulunur.

Bu bilgiler faydalı oldu mu?

Evet

Hayır

Saygın bir site size bir ürünün stokta olup olmadığını ve kargoya verilmesinin ne kadar süreceğini söylemelidir.





Erasmus+

42,49TL
✓prime

ÜCRETSİZ teslimat **15 Nisan**
Cuma. 3 saat 39 dakika içinde
sipariş vererseniz

📍 Alıcı: Ezgican - Van 65040

Stokta var.

Miktar: 1 ▼

Sepete Ekle

Şimdi Satın Al

🔒 Güvenli işlem

Amazon.com.tr tarafından satılır
ve gönderilir.

Listeye Ekle

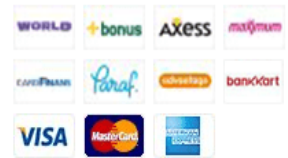
Yeni (2) başlangıç fiyatı:
42,49 TL ✓prime

Birçok perakendeci, kredi kartı veya banka kartı ya da bankanızdan elektronik para transferi yoluyla ödeme yapmak için PayPal'ı kullanmanıza da izin verir. İnternette herhangi bir satın alma işlemi yaparken banka/kredi kartı bilgilerinizin kaydedilmemesi önerilir. Bu, kart bilgilerinin çalınması riskini önlemeye yardımcı olacaktır. Her ne kadar bir şey satın almak istediğinizde verilerinizi girmek biraz zahmetli görünse de.

Ödeme aracı ekleyin

Kredi veya banka kartları

Amazon büyük kredi ve banka kartlarını kabul eder.



Bazı olası ödeme yöntemleri şunlardır:

- PaPal
- Amazon Pay
- Google Pay



- American Express
- Apple Pay
- Stripe
- Square
- Masterpass

PayPal gibi çevrimiçi ödeme hizmeti, kredi kartı bilgilerinizi güvenli bir sunucuda saklayarak perakendecilere hassas bilgileri ifşa etmeden bu sunucular üzerinden alışveriş yapmanıza olanak tanır.

Çevrimiçi Güvende ve Yasal Olmak

İnternet veya başka bir deyişle İnternet ("ağlar arası" için uluslararası terim), genellikle birkaç ağı birbirine bağlayan bir bilgisayar ağıdır. İnternet, kendi adı gibi, kullanıcılar için bilgi ve hizmetler ile birlikte halka açık, uluslararası bağlantılı bir bilgisayar sistemidir. Sistem paket anahtarlanabilir TCP/IP iletişim protokolü modunu kullanır. Bu nedenle, en büyük İnternet'e basitçe İnternet denir. Ağları bu şekilde bağlama becerisine internet işlemi denir. Genel terimlerle, İnternet genellikle World Wide Web (WWW), e-posta ve çevrimiçi sohbet gibi hizmetlere atıfta bulunur.



a) Gizlilik Ayarları ve Önlemleri

Çevrimiçi güvenlik söz konusu olduğunda göz önünde bulundurmanız gerekenler:

- Tarayıcınızı, web'de iz bırakmadan dolaşabilecek şekilde ayarlayın.
- Sosyal medyada akıllı gizlilik ayarlarına sahip olduğunuzdan emin olun. Şifreyi hiçbir şekilde ve hiçbir durumda arkadaşları, erkek arkadaşı / kız arkadaşı vb. ile paylaşmaz. En yakın bağlar bile kopabilir ama birisi şifremizi ele geçirirse sizin adınıza birçok şey yapabilir (kimlik hırsızlığı) ve size çok zarar verebilir.



Erasmus+

- Kullandığınız çevrimiçi veya mobil hizmetlerin kullanım koşullarını okuyun ve herkesin sitesine girdiğimiz bilgileri kime aktarabileceğini öğrenin. - Çevrimiçi formları doldururken dikkatli olun. Bazı bilgileri de sakince düşünebilirsiniz. Sizin hakkınızda bu bilgilere neden ihtiyaç duyduklarını bir düşünün.
- Kişisel e-posta adresinize ek olarak, kim olduğunuzun belli olmayacağı başka bir adres oluşturun (örneğin, planar (@) mojmail.com). Web sitelerinde, forumlarda, anketlerde vb. girişler için kullanın. Bu size daha fazla anonimlik sağlar.
- Sohbet odalarında, çevrimiçi oyunlarda, forumlarda, hatta belki bir blogda, kim olduğunuz hakkında hiçbir şey göstermeyen akıllı bir takma ad kullanın. Çerezlerin kullanımı da bir şekilde gizliliğimizi ihlal eder, bu nedenle çerezleri, özellikle reklam ağı çerezlerini kapatmanız veya en azından düzenli olarak silmeniz önerilir.
- Sizden kişisel ve finansal bilgi talep eden e-postaları yanıtlamayın. Meşru şirketler bu tür talepleri asla e-posta veya çevrimiçi olarak göndermezler.
- Blogunuzdaki, web sitenizdeki, profilinizdeki, resim galerinizdeki vb. tüm evrensel halka açık olmayan içeriği, yalnızca içeriğinizi görüntülemek isteyenlerin bildiği bir parola ile koruyun. E-posta adresinizi herkese açık olarak yayınlamayın. Spam gönderenler web sitelerini kontrol eder ve geçerli bir e-posta adresi gibi görünen her şeyi arar.
- İstenmeyen e-postaları (ör. istenmeyen e-postaları) yanıtlamayın veya bu tür iletilerdeki bağlantılar aracılığıyla abonelikten çıkma girişiminde bulunmayın. Bunu yaparak, yalnızca gönderenlere bunun aktif bir e-posta adresi olduğunu onaylar ve dolayısıyla bu tür daha fazla mesaj alırsınız.
- Zincirleme mektuplar göndermeyin - spam gönderenler tarafından toplanan e-posta adreslerinin listelerini oluşturlar.

b) Gizliliği Korumak İçin Bir Tuz Tanesi

Kendimizin, çocuklarımızın vb. hangi fotoğrafları çevrimiçi yayınladığımızı düşünelim. Bir kez yayınlananları, nereye yayıldığını bilmediğimiz için silmek zordur... Arada bir "google" yaparız - web arama motoruna adımızı ve soyadımızı girer ve sonuçlardan web'de hakkımızda nelerin yayınlandığını kontrol ederiz. Herkesle paylaşmak istemediğimiz kişisel bilgilerinizi içerip içermediğini görmek için web sitenizi, blogunuzu veya çevrimiçi topluluk profilinizi kontrol ederiz. Arama motorları aracılığıyla herkesin erişebildiğinin farkında olalım! İletişim bilgilerimizi, adımızı, soyadımızı, telefon numaramızı, ikametgah adresimizi, e-posta adresimizi, habercimizi ve doğum tarihi, kredi kartı numarası, vergi numarası gibi diğer kişisel verilerimizi çevrimiçi olarak serbestçe yayınlamıyoruz. Çevrimiçi ortamda yabancılara gizliliğimizi ve bilgilerimizi iyi tanıyor gibi görünsek de ifşa etmeyiz. Gerçekten kim olduklarını bilmiyoruz. Ayrıca web kamerasını kullanırken dikkatli olun: kullanmadığınız zamanlarda kamerayı kapalı tutun. Davetsizlerin bile mahremiyetimize, apartmanımıza ve aile yaşamımıza bakabileceği bir pencereyi temsil ettiğinin farkında olalım.





Erasmus+

c) Spamlardan Kaçınun

E-posta adresimizi herkese açık olarak yayınlamıyoruz. Spam gönderenler web sitelerini kontrol eder ve geçerli bir e-posta adresi gibi görünen her şeyi arar. İstenmeyen e-postalara (yani istenmeyen e-postalara) asla yanıt vermemeliyiz veya bu tür mesajlardaki bağlantılar yoluyla abonelikten çıkmaya çalışmamalıyız. Bu, yalnızca gönderenlere bunun etkin bir e-posta adresi olduğunu ve daha fazla spam aldığımızı onaylar. Zincir mektuplar göndermiyoruz - spam gönderenler tarafından toplanan e-posta adreslerinin listelerini oluşturuyorlar.

d) E-postanızı Düzenli Olarak Güncelleyin

Çeşitli uygulamalara ve sosyal ağlara kaydolurken hemen hemen her zaman bazı iletişim bilgilerini sağlamamız gerekir. Bu genellikle en az bir e-posta adresidir, ancak çoğu zaman bir telefon numarasıdır. Sosyal medyada mümkün olduğunca az kişisel bilgi paylaşmak mantıklı olsa da, şifrenizi unuttuğunuzda hem e-posta adresiniz hem de telefon numaranız en önemli iletişim bilgilerinizdir. Bunlarda, sosyal ağ bize şifreyi sıfırlayabileceğimiz talimatlar veya kod gönderecektir. E-posta adresini değiştirip eskisini kullanmadığımızda veya yeni bir telefon numarası düşündüğümüzde sosyal ağ ayarlarında bu bilgileri düzeltiyoruz. Girilen e-posta adresine veya telefon numarasına erişimimiz yoksa şifreyi sıfırlayamayız ve çoğu durumda tüm gönderilere erişimle birlikte hesap kaybolur.



Güvenlik Kontrolü

Önerilen işlemleriniz var

Kayıtlı şifreleriniz

Güvenliği ihlal edilmiş 1 şifreyi değiştirin

Kayıtlı şifrelerinizden biri, kullandığınız bir site veya uygulamadan kaynaklanan veri ihlaline karıştı. Şifrenizi hemen değiştirmelisiniz. Kısa süre önce yapılan şifre değişikliklerinin burada görünmesi biraz zaman alabilir.

[Şifre Güvenliği'ne git](#)

Güvenli Tarama
Gelişmiş Güvenli Tarama'yı açın

Cihazlarınız
Oturum açılmış 4 cihaz var

Son güvenlik etkinliği
Son 28 güne ait etkinlikler

2 Adımlı Doğrulama
2 Adımlı Doğrulama açıldı

Üçüncü taraf erişimi
Verilerinize erişebilen 4 uygulama var



Sosyal ağın bizimle iletişime geçebilmesi için iki farklı seçeneğe sahip olmanız önerilir. Bunlar, çalışan iki e-posta adresi veya bir e-posta adresi ve bir telefon numarası olabilir. Örneğin, e-postadan şifreyi unutursak, e-posta adresini değiştirmek istersek telefon numarasına bir onay kodu alabileceğiz. Bazı sosyal ağlar ve uygulamalar, şifrelerin unutulması durumunda başka yardım biçimleri sunar. Mümkünse onlardan faydalanınız. Facebook bazı arkadaşları "güvenilir" olarak işaretleme seçeneğine sahiptir ve şifreyi sıfırlamak istediğimizde kodu bu arkadaşlardan birine gönderir.

e) Akıllı ve Gizli Şifreler



Şifreyi hiçbir şekilde ve hiçbir koşulda arkadaşlarımızla, ortaklarımızla paylaşmıyoruz. En yakın bağlar bile kopabilir ama birisi şifremizi ele geçirirse bizim adımıza birçok şey yapabilir (kimlik hırsızlığı) ve bize çok zarar verebilir. Çevrimiçi etkinliklerimiz (e-postalar, sohbet odaları, forumlar, bloglar ...) için güvenli şifreler kullanıyoruz. Bu şifreleri sık sık değiştiririz. Kişisel bilgilerimizi şifreler için kullanmayız. Blogumuzda, web sitemizde, profilimizde, resim galerimizde vb. halka açık olmayan içerikleri, yalnızca içeriğimizi görüntüleyebilmek istediğimiz kişilerin bildiği bir şifre ile koruyoruz.

f) Akıllı Şifreler Nasıl Seçilir?



Adınız, soyadınız, doğum tarihiniz gibi kişisel verileri kullanmayın... Geniş bir çevrenin sizin hakkınızda bildiği diğer bilgileri bir düşünün:

Köpeğinizin / kedinizin / hamsterınızın adı, favori grubunuz vb. - bunlar da akıllı şifreler değil. Genel olarak, sözlükte bulduğunuz kelimeler iyi şifreler değildir, en az sekiz karakterden oluşan bir kombinasyon daha iyidir, bu da büyük ve küçük harflerin yanı sıra bir miktar veya noktalama işareti içermelidir. Karmaşık bir parolayı hatırlamanın en kolay yolu, onu bizim için bir anlam ifade eden bir cümleyle ilişkilendirmektir, ör. "Bir Zamanlar." Bu, aynı zamanda sayı ve karakterlerle değiştirilen baş harflerle yazılabilir: 1-xn0-x. Farklı hesaplar için farklı şifrelere sahip olmak iyidir.

Birisi sizden bir şifre çalarsa veya tahmin ederse, diğer tüm hesaplara erişimi olmayacaktır. Aynı tabanı alabilir ve hangi hesaba bağlı olarak harfler ekleyebilirsiniz. Örneğin, Facebook: 1-xn0-x # FB, Twitter: 1-xn0-x # TW, Gmail: 1-xn0-x # GM, vb.

g) Parolamızı Nasıl Koruruz



Şifrelerle ilgili kimseye güvenmeyin! Arada bir şifrenizi değiştirin. Onu yazmak en akıllıca şey değil, çünkü biri onu bulabilir. Ayrıca, tarayıcının şifrenizi saklamasına izin vermemek daha iyidir, bunun yerine her zaman kendiniz yazın. Bu aynı zamanda beyindeki hafıza merkezlerinizi de güçlendirir. Parolanızı gerçekten hatırlayamıyorsanız, bir yere yazarken aşağıdakileri aklınızda bulundurun: şifrenizi şifre olarak işaretlemeyin, şifreyi asla belirli bir kayıt için gerekli diğer bilgilerle birlikte yazmayın, şifrenizi şifreleyin, örneğin: harfleri değiştirin.

Posta kutunuzu, profilinizi vb. her ziyaret ettiğinizde aboneliğinizi iptal etmeyi unutmayın. Özellikle de herkese açık bir bilgisayar aracılığıyla girdiyseniz! Parolanızı girerken kimsenin sizi izlemediğinden emin olun. Yukarıdakiler özellikle akıllı telefon kilidi şifreleri için geçerlidir. However, if you use a pattern on the lock, delete the fingerprint on the screen.

h) Birisi Parolanızı Çaldığında Ne Yapmalısınız?



Birisinin şifrenizi çaldığına dair en ufak bir şüpheniz olduğunda hemen değiştirin. Bunu yapmadan önce ve artık hesabınıza erişiminiz olmayacak. Parola hırsızlığını ve dolayısıyla kimlik hırsızlığını, başınıza geldiği web hizmeti yöneticisine bildirin. Hesabınızı artık geri alamıyorsanız, arkadaşlarınıza adresinizden daha fazla mesaj göndermediğiniz için açmamalarını en kısa sürede bildirin.

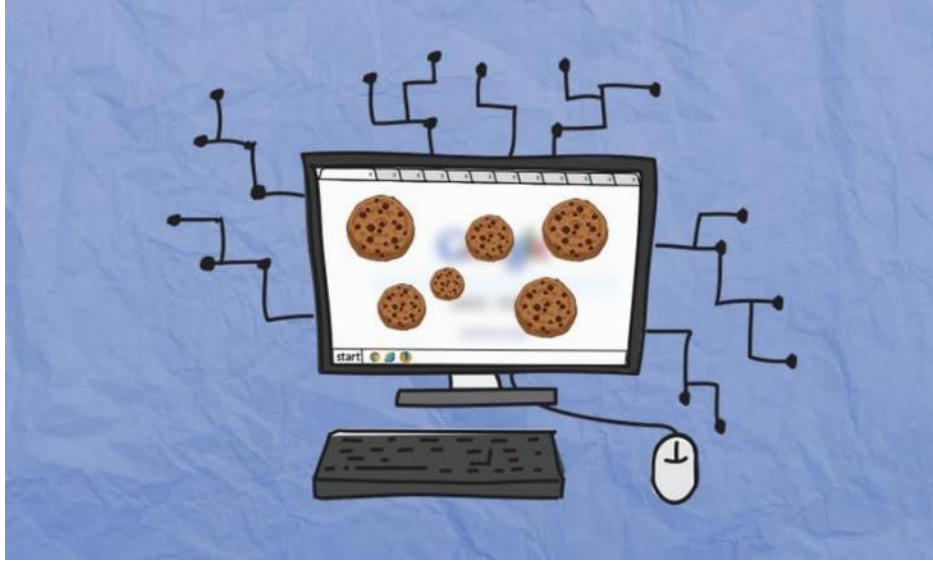
i) Çerezlerin Kullanımı ve Gizlilik



Çoğu çerez, web sitelerinin normal çalışması için gereklidir. Yine de, tek amacı sizi izlemek veya bilgisayarınıza kötü amaçlı yazılım yüklemek olan kişilere dikkat etmenizde fayda var. Ayrıca, tüm çerezleri engellerseniz bazı sitelerin çalışmayabileceğini unutmayın. Bazı tarayıcılar, çerezleri her sayfada ayrı ayrı kabul etmenize veya engellemenize izin verir. Bu

şekilde, yalnızca gerçekten güvendiğiniz sitelerde tanımlama bilgilerine izin vereceğinizi belirtebilirsiniz. İzleme tanımlama bilgilerini tarayan casus yazılım önleme programları kullanın.

j) Çerezleri Nasıl Kontrol Edebilirim?



Tarayıcınızda (örneğin, Internet Explorer) şunları yapabilirsiniz: tüm tanımlama bilgilerini sil; tüm çerezleri engellersiniz; tüm çerezlere izin veriyorsunuz; tek bir çerezi engellersiniz; tarayıcınızı kapattığınızda tüm çerezleri silin; "özel taramayı" açın (Internet Explorer ve Firefox için video kılavuzu); tarayıcı işlevselliğini genişletmek için eklentiler ve eklentiler yüklersiniz.

Dijital Kurulum Becerileri

Bu kısımda, çevrimiçi olma süreci boyunca yönlendirileceksiniz. İnternet, çalışma becerilerinizi geliştirmenize yardımcı olabilecek ve dünyadaki hemen hemen her konu hakkında size genel bilgi sağlayabilecek, tükenmez bir yararlı bilgi kaynağıdır. Makaleler ve kitaplar okuyabilir, videolar izleyebilir, radyo, podcast veya röportajlar dinleyebilirsiniz.

İnternet ayrıca en popülerleri Facebook ve Instagram olan sosyal ağlar aracılığıyla insanları birbirine bağlamak için kullanılır. Arkadaşlarınızla sohbet etmek veya onları aramak için WhatsApp veya Viber gibi anlık mesajlaşma uygulamalarını da kullanabilirsiniz. İş amaçlarınız için, iş hayatında en çok kullanılan iletişim türü olduğu için çoğunlukla e-posta kullanacaksınız.

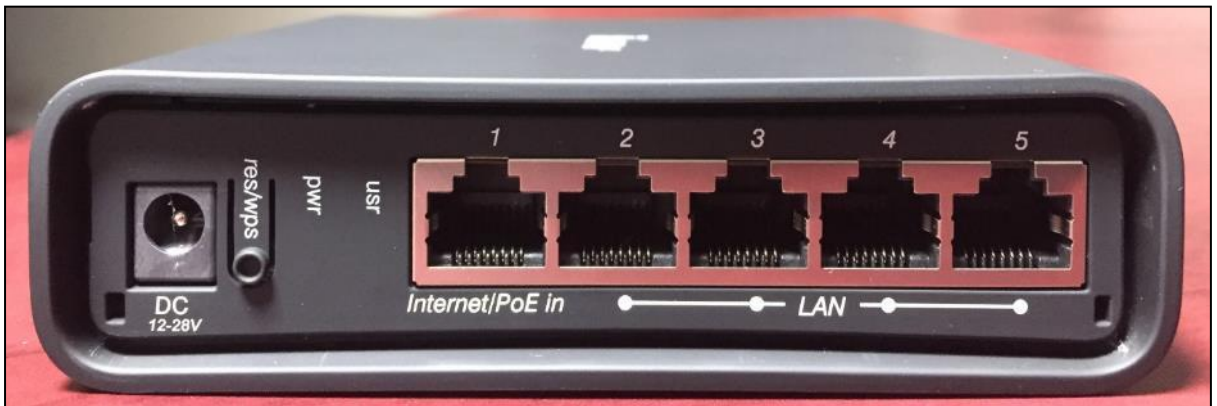
a) İnterene Bağlanma

İnterene bağlanmak için yapmanız gereken ilk şey, cep telefonunuzu veya bilgisayarınızı yönlendiriciye bağlamaktır. Bilgisayarınızı İnternet'e bağlamanın iki yolu vardır. Bilgisayarınızı bir LAN kablosu veya Wi-Fi (kablosuz bağlantı) aracılığıyla bir yönlendiriciye

bağlayabilirsiniz. LAN kabloları genellikle sarı veya mavidir ve yönlendiricinizin arkasındaki bir 'LAN' bağlantı noktasına bağlanmaları gerekir.



Genellikle, tek bir yönlendirici üzerinde, genellikle sarı olan ve 'LAN 1', 'LAN 2' vb. olarak işaretlenen birden fazla LAN bağlantı noktası vardır. Kabloyu bu bağlantı noktalarından herhangi birine bağlayabilirsiniz.



Kablonun diğer tarafı, genellikle yalnızca bir LAN bağlantı noktası olan bilgisayarınıza bağlanmalıdır. Genellikle bir dizüstü bilgisayarın sol veya sağ tarafında veya bir masaüstü bilgisayarın arka tarafında bulunur. Kablo hem yönlendiriciye hem de bilgisayara bağlandığında, ekranınızın sağ alt köşesinde bir LAN bağlantısı simgesi görünecektir.



Dizüstü bilgisayarlar ayrıca Wi-Fi kullanarak internete bağlanma olanağı sağlar. Öncelikle ekranın sağ alt köşesindeki Wi-Fi sembolüne sol tıklayarak Wi-Fi menüsünü açmanız gerekir. Çevrenizdeki tüm mevcut Wi-Fi ağlarının bir açılır listesi görünecektir. Wi-Fi ağınıza bulmanız ve yönlendiriciyle birlikte verilen şifreyi girerek ona bağlanmanız gerekir.



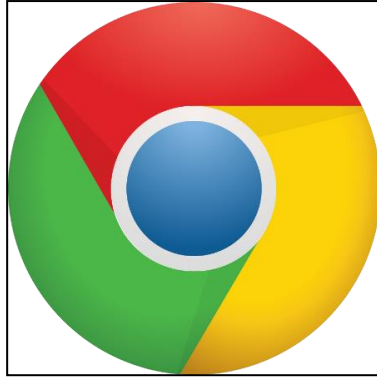
Cep telefonları sadece Wi-Fi bağlantısı ile internete bağlanabilir. Wi-Fi ayarlarını, benzer bir açılır listenin mevcut tüm Wi-Fi ağlarını göstereceği 'Ayarlar'da bulabilirsiniz. Sizininki bulmanız ve şifrenizi kullanarak ona bağlanmanız gerekir. Yönlendiricinizin adının veya parolasının ne olduğundan emin değilseniz, yönlendiricinizde bu bilgileri içeren bir etiket olup olmadığını kontrol edin veya İnternet sağlayıcınızın müşteri hizmetleri servisiyle iletişime geçin.

b) Tarayıcı Kullanma

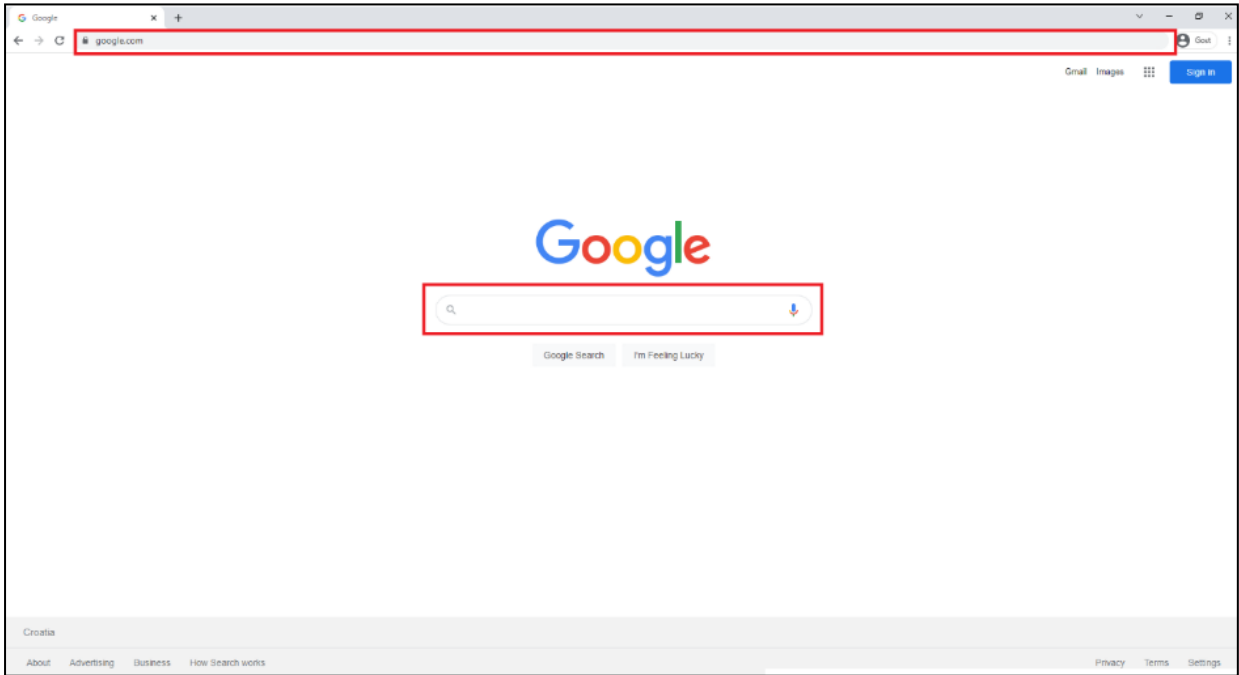
Tarayıcı, web sayfalarına erişmek için kullanılan bir programdır. Mevcut birçok farklı tarayıcı var, en popülerleri Google Chrome ve Mozilla Firefox. Google Chrome'u açmak için masaüstündeki simgesine çift tıklayın.



Erasmus+



Ekranınızda yeni bir pencere açılacaktır. Ekranın üst kısmında, ziyaret etmek istediğiniz web sayfasını tam olarak yazabileceğiniz (www.mail.google.com veya benzeri) uzun bir çubuk var ve ardından aranan web sayfasını açacak olan Enter tuşuna basın. Bu çubuğu Google arama motoru olarak da kullanabilirsiniz. 'İyi bir CV nasıl yazılır?' yazabilirsiniz. İçine -iyi bir özgeçmiş nasıl yazılır- yazabilir ve bu soru için en popüler Google aramalarını gösterecek olan Enter tuşuna basabilirsiniz. Ekranın ortasında bir Google çubuğu da kullanabilirsiniz.



c) Şifreleri Güvende Tutmak

Belirli bir web sayfası için çevrimiçi hesap oluşturmaya başladığınızda, gelecekte hesabınıza erişmek için kullanacağınız bir şifre oluşturmanız gerekecektir. Çevrimiçi hesaplarınızın güvenliğini en üst düzeye çıkarmak için şifrenizi kendinize saklamanız önerilir. Çevrimiçi kimlik hırsızlığı ve benzeri saldırılardan korunmak için şifrenize büyük ve küçük harfler, rakamlar veya noktalama işaretleri gibi çeşitli semboller eklemeniz önerilir. Ayrıca hesabınızda adınız, kimlik numaranız, telefon numaranız, doğum tarihiniz veya adresiniz gibi kişisel





Erasmus+

bilgileri kullanmamanız tavsiye edilir. Kötü parolaya örnek olarak 'johnsmith1995' verilebilir, özellikle de bu kişinin adı ve doğum yılıysa. Çok daha iyi bir şifre örneği 'RedCar456!' çünkü hem büyük hem küçük harf, rakam ve noktalama işaretleri içerir ve herhangi bir kişisel bilgi içermez.

Hesabınızı oluşturduktan sonra, istediğiniz web sayfasına giriş yapmanız gerekecektir. Genellikle, biri e-posta adresinizi veya kullanıcı adınızı girmeniz gereken, diğeri ise şifrenizi girmeniz gereken iki çubuk vardır. Oturumunuzu açık tutmak için bir seçenek olup olmadığını kontrol ederken çok dikkatli olun. Bu seçenek, tarayıcıyı kapatsanız veya bilgisayarınızı veya cep telefonunuzu kapatsanız bile oturumunuzun açık kalacağı anlamına gelir. Başka birinin cihazında oturum açıtıysanız bu seçeneğin işaretli olmadığından emin olun. Kendi cihazınızda oturum açıtıyorsanız, web sitesine her girdiğinizde veya uygulamayı açtığınızda işlemi tekrarlamanız gerekmediğinden, oturumu açık tutmak çok uygundur.

İnsanlar şifrelerini unutabilir. Bu durumlarda, gizli bir soruyu cevaplayarak şifrenizi kurtarmanız mümkündür. Gizli soru, bir hesap yapıldığında kullanıcı tarafından seçilir. Doğum yeriniz veya yakın bir aile üyesinin adı gibi unutamayacağınız basit bir şey.

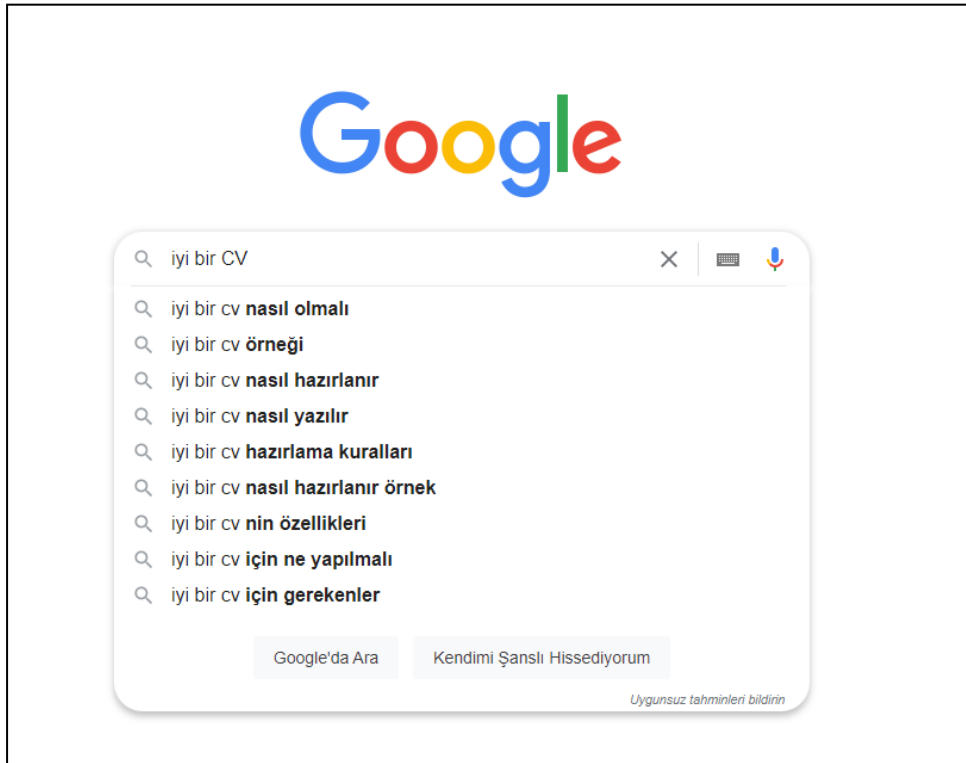


Bilgi ve İçeriğin İşlenmesi

a) Arama Motorlarını Kullanmak

En popüler arama motorlarından bazıları Yahoo ve Google'dır. Bir tarayıcı kullanmak için arama çubuğuna anahtar sözcükleri girmeniz ve Enter'a basmanız gerekir. Anahtar kelimelerinizle alakalı web sitelerinin bir listesi görünecektir. Açmak istediğiniz bir web sitesi görürseniz, sayfanın tıklanabilir başlığına (mavi harfler) sol tıklayın.

Anahtar kelimelerinizi yazmaya başladığınızda, bir arama motoru size bir açılır menü şeklinde önerilerde bulunacaktır. Bu öneriler, başkaları tarafından sıklıkla aranan anahtar sözcüklerin veya anahtar sözcük gruplarının sonlarıdır. Bu önerileri kontrol etmek iyi bir şey çünkü ne arayacağınız konusunda size iyi bir fikir verebilirler.

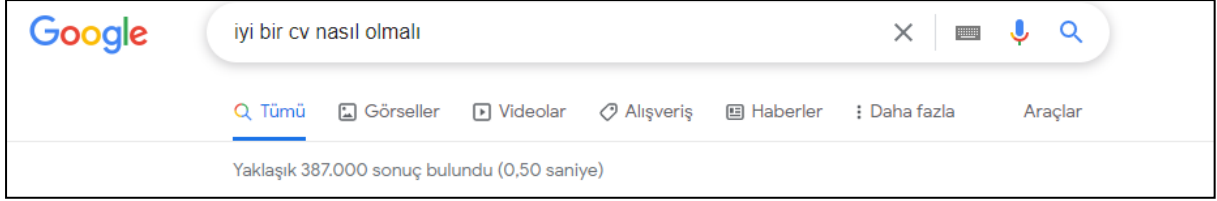


Enter'a bastıktan sonra arama motoru araçlarını kullanarak aramanızın kalitesini yükseltebilirsiniz. Arama çubuğunun altında, arama sonuçlarınızın türünü seçebilirsiniz. Yalnızca görselleri veya videoları arayabilir, hatta 'Haritalar'a tıklayarak dünyada bir konum bulmaya çalışabilirsiniz. Bu sizi, dünyayı keşfedebileceğiniz ve bir seyahat planlıyorsanız yardımcı olabilecek kullanıcı dostu navigasyon bulabileceğiniz Google Haritalar'a götürecektir. Ayrıca 'Haberler'e tıklayabilirsiniz ve yalnızca makaleleri içeren son web sayfaları listelenecektir.



Erasmus+

Bu sizi, gezinebileceğiniz ve bir seyahat planlıyorsanız, yardım sever dostunuz Google Haritalar'a yardımcı olur. Ayrıca 'Haberler'e kapsamlı tıklanabilir ve yalnızca makaleleri son web sayfaları listelenecek. Burada, web sayfasının oluşturulduğu zaman aralığını seçebilirsiniz (bu durumda, 'Geçen hafta', bir haftadan eski tüm web sayfalarını filtreleyecektir).



b) İçerik Güvenilirliğini Anlamak

İnternetteki tüm içerik gerçek veya doğru değildir. İnternet, yanlış bilgilerin yanı sıra bilgi paylaşmak için güçlü bir araçtır. Bu nedenle, kaynağı bilinmeyen sayfalardan kaçınılması önerilir. En güvenilir kaynaklar, yazarları ve yayıncıları hakkında tüm bilgilere sahip oldukları için bilim makaleleridir. Yazarı veya kaynağı olmayan bir makaleye rastlarsanız, aynı bilgileri başka ortamlarda da kontrol etmeniz önerilir.

Resmi olmayan bir ansiklopedi olan Wikipedia gibi web siteleri var, yani herkes buradaki bilgileri düzenleyebilir. Referanslarla desteklenmiyorsa bu tür bilgilere güvenilemez. Özel bloglar başka bir güvenilir bilgi kaynağıdır çünkü kimse üzerlerinde yazılan gerçekleri kontrol etmez ve yazar kasıtlı olarak sahte haber yayma ölçüsünde önyargılı olabilir. Ayrıca, size ürünlerini satmaya çalışan şirketler tarafından işletilen web siteleri, sizi yanıltarak ihtiyacınız olmayan veya çok pahalı olan veya kalitesi reklamı yapılan kadar iyi olmayan bir ürünü satın almanıza neden olabilir.

Devlet kurumları, kar amacı gütmeyen kuruluşlar veya üniversiteler gibi yerleşik kurumlar tarafından yayınlanan bilim makaleleri veya gazete makaleleri gibi yazarların adlarını sağlayan web sitelerinde profesyonel makaleler bulmak en iyisidir.

Problem Çözme

a) Giriş

Genellikle interneti kullanırken, mevcut bir sorunu veya durumu çözmek için ne yapacağınızı bilemediğiniz durumlar ortaya çıkar. Bu, bir durumda sıkışıp kaldığınızı hissettiğinizde ve onu nasıl düzelteceğinizi bilemediğinizde neler yapabileceğinize dair kısa bir eğitimidir.

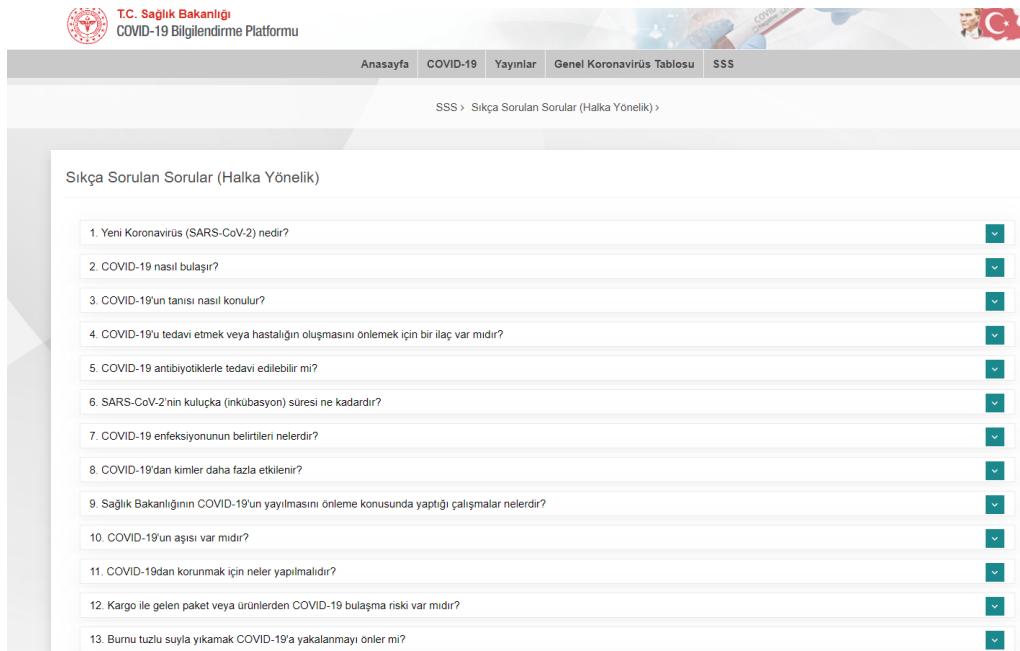


SIKÇA SORULAN SORULAR

Bu konudaki en önemli araç S.S.S' dir. ("sık sorulan sorular"ın kısaltması).

SSS'ler, konuyla ilgili en yaygın sorunların çözümünü bulmanıza yardımcı olan web sitelerinin alt bölümleridir. Çoğu bilgilendirici web sitesinde, üzerinden geçebileceğiniz ve size yardımcı olabilecek iyi bir SSS bölümü vardır. Hem kullanıcı hem de şirket için faydalıdır, çünkü ortak yanıtların yayınlanması müşteri desteğinde zaman kazanmanıza yardımcı olur.

Bu kısımda, SSS'nin nasıl etkin bir şekilde kullanılacağına bir göz atacağız.

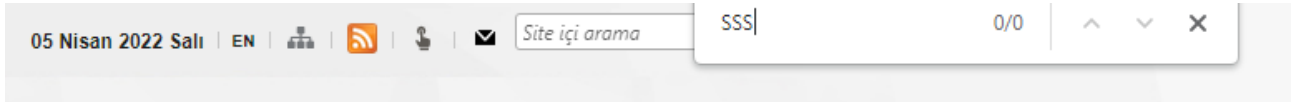




Erasmus+

Bu grafik, T.C Sağlık Bakanlığı'nın SSS'sini göstermektedir. Buradaki en bariz şey, web sitesinin SSS bölümünün açıkça görülebilir olmasıdır. Daha önce de belirttiğimiz gibi, SSS bölümünün kolay bulunması şirketin çıkarıdır.

İpucu: Herhangi bir nedenle SSS bölümünü bulamıyorsanız, bilgisayarda Ctrl+F tuşlarını kullanarak web tarayıcınızda arama yapmayı ve içine SSS yazmayı deneyebilirsiniz. Bu, arama terimini yazabileceğiniz ve belirli bir web sayfasında kaç kez bahsedildiğini görüntüleyebileceğiniz bir kutu açacaktır:



Sayfa alt bölümünü bulduktan sonra, probleminizle ilgili soruları gözden geçirebilirsiniz. Bu gerçekten çok basit ve cevabı okuduktan sonra sorunun üstesinden nasıl geleceğinizi bileceksiniz.

b) Çevrimiçi Eğitimleri Kullanma

SSS'nin yanı sıra, farklı konular hakkında çok sayıda öğretici barındıran çevrimiçi web sitelerini de kullanabilirsiniz. Sorununuzun tam olarak ne olduğunu biliyorsanız, tarayıcınıza gidip onları aramak en iyisidir. Bu şöyle görünmelidir:



Böyle bir arama yaptığınızda, bir şeyin nasıl yapılacağını açıklayan çok sayıda web sitesi bulacaksınız (bu durumda size html'nin temellerini öğretiyor).

Bu, önemli bilgileri barındıran birden çok web sitesini bulmanın basit bir yoludur.

c) Önemli Web Siteleri

Bir şey sormaya başlamak için en iyi yer Quora olabilir. Quora, bilgi edinmek ve paylaşmak için bir yerdir. Soru sormak ve benzersiz içgörüler ve kaliteli yanıtlar sunan insanlarla bağlantı kurmak için bir platformdur.





Erasmus+

Quora

Ne sormak veya paylaşmak istiyorsunuz?

Sormak Cevap Postalamak

Roland Bartetzko · Takip etmek
eski Alman Ordusu, Hırvat Savunma Konseyi, Kosova Kurtuluş Ordusu · Güncellendi · 1 · yıl ·

Askerler gerçek bir savaş görevine gönderildiklerinde heyecanlanırlar mı veya depresyona girerler mi?

Çoğunlukla korkarlar. Yeni ve deneyimsiz olanlar heyecanlanacak. Ön cepheye giden yolda herkesin keyfi yerinde. Bazı insanlar şakalar yapar ve herkes güler. İlk savaş deneyiminden sonra bu değişecek. Çoğu asker çok sakinleşir ve (daha fazla)

10.1K 36 90

Hesabınızı Oluşturun

- ☒ Feed'inizi ziyaret edin
- ☐ 5 Alan daha takip et
- ☐ 5 iyi içerik parçasına daha oy verin
- ☐ Bir soru sor
- ☐ Yaşadığınız, çalıştığınız veya eğitim aldığınız yerle ilgili 3 kimlik bilgisi ekleyin
- ☐ bir soruyu cevapla

Takip edilecek alanlar

- Futbol Spor Tahmini
Futbol Spor Tahmini ve İpuçları.
- Aptal sorulara aptal cevaplar
Aptal sorular aptal cevapları hak eder. İşte en iyilerimde...
- Grafik Tasarımcılar
Photoshop ve diğer tasarım yazılımlarını kullanarak...
- Başarı için Eğitim!
Bilgi hafızdır 3/07/2020 - oluşturuldu
- Garip Bilim
Bu alan bilimle ilgilidir. Fizik, kimya, genetik ve evrenden!

Temel olarak, çeşitli konularda soru sorabileceğiniz ve cevaplayabileceğiniz çevrimiçi bir forumdur ve genel olarak problem çözme açısından oldukça güvenilirdir. Bahsetmeye değer başka bir web sitesi de WikiHow.

wikiHow herhangi bir şey nasıl yapılır

YARDIM ET KEŞFET GİRİŞ YAP MESAJLAR

Herhangi bir şeyin nasıl yapıldığıyla ilgili İnternet'teki en güvenilir web sitesi wikiHow'a hoş geldin.

wikiHow'da bugün ne öğreneceksin?

Nasıl yapıldığını ara...

HOW TO DO ANYTHING

WikiHow, çeşitli konularda “nasıl yapılır” makaleleri içeren çevrimiçi wiki tarzı bir yayındır. 2005 yılında İnternet girişimcisi Jack Herrick tarafından kurulan sitenin amacı kullanıcıların içerik eklemesine, oluşturmaya ve değiştirmesine izin vermek için wiki açık işbirliği modelini kullanarak kapsamlı bir öğretim içeriği veritabanı oluşturmaktır.

Temelde herhangi bir konuda öğretmenler bulmakta inanılmaz derecede faydalıdır, olasılıklar sonsuzdur.

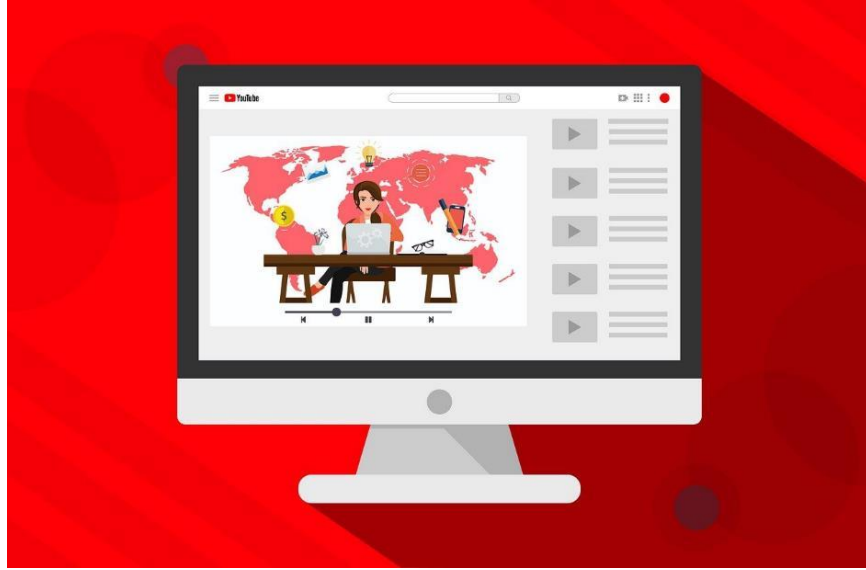
Yemekleri tuzsuz baharatlamaktan çevrimiçi ödeme kabul etmeye kadar her konuda resimli kılavuzlar bulabilirsiniz..



Çevrimiçi öğretmenlerle tanışıyorsanız, bu, birçok farklı sorunu çözmeyi öğrenmeye başlamak için gerçekten yararlı bir yer olabilir. WikiHow öğretmenleri, iyi bir şekilde resmedilmiş olmalarıyla bilinirler ve bu da onları takip etmeyi kolaylaştırır.

YouTube da oldukça faydalıdır.

Muhtemelen bildiğiniz gibi YouTube, Google'a ait bir Amerikan çevrimiçi video paylaşım ve sosyal medya platformudur.



YouTube kesinlikle bir eğitim sitesi olmasa da, temelde her şeyi düzeltmenize yardımcı olabilecek, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe sahiptir.

O kadar çok şey kapsayabilir ki, genellikle sorunun çözüldüğünü videoda görebileceğiniz ve kendi başınıza çözmeye çalışabileceğiniz bir yerdir. Bunu yapmanın yanı sıra, yükleyiciyle veya benzer zorluklarla karşılaşan kişilerle iletişim kurmak için kullanabileceğiniz harika bir yorum bölümü de vardır. Dijital araçları kullanmaya yeni başladıysanız ve teknolojiyi nasıl etkili bir şekilde kullanacağınızı bilmiyorsanız, YouTube temel bilgileri ve daha sonra bazı özellikleri öğrenmek için harika bir yer olabilir. Ve nasıl çalıştığıyla ilgileniyorsanız, çok sayıda aranabilir konu içeren kapsamlı bir SSS web sitesine sahiptir.

☰ YouTube Studio Uygulaması Yardım Merkezi

🔍 Sorununuzu açıklayın

Keşif ve performans hakkında SSS

YouTube'un arama ve keşif sistemi, izleyicilerin izleme olasılığının en yüksek olduğu videoları bulmasına yardımcı olur ve uzun vadede izleyici memnuniyetini en üst düzeye çıkarır. Aşağıdaki SSS bölümünde videonuz ve kanal performansınızla ilgili sorularınıza yanıt bulabilirsiniz.

💡 İçerik üreticiler için hazırlanan videoları keşfetmeyle ilgili ipuçlarını inceleyin.

Keşif hakkında SSS

YouTube tanıtılacak videoları nasıl seçer? ▾

Videolarımın daha geniş bir kitleye tanıtılmasını nasıl sağlayabilirim? ▾

Videolar Ana Sayfa'da nasıl sıralanır? ▾

Trendler için kaç video seçilir? ▾

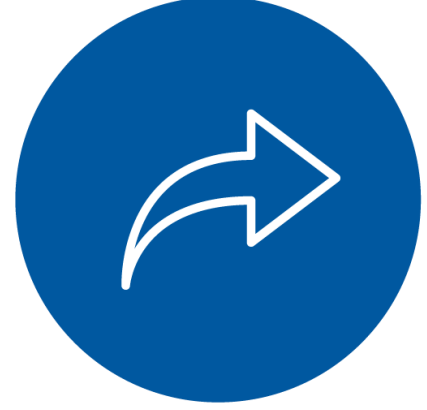
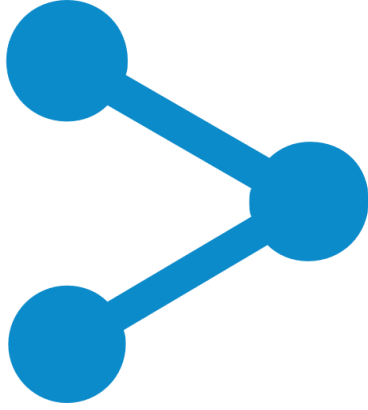
Yardım

- 📖 YouTube Analytics ile ilgili temel bilgiler
- 📖 Kanal performansı hakkında genel bilgi edinme
- 📖 Video erişiminizi anlama
- 📖 Kitle etkileşimini anlama
- 📖 YouTube kitlenizi tanıma
- 📖 YouTube gelirinizi kontrol etme
- 📖 Keşif ve performans hakkında SSS

Paylaşım

a) Giriş

İnsanlar neden çevrimiçi içerik paylaşır? Soru kulağa ne kadar kolay gelse de, kendi içinde oldukça karmaşıktır. Sadece düşününce, evrensel bir cevap yoktur ve kişiye göre değişir, ancak içerik paylaşımının üzerinde düşüneceğimiz bazı özel ortak noktaları vardır.



Bunlar yaygın olarak kullanılan paylaşım düğmeleridir. Her ikisi de içeriğin paylaşılacağı anlamına gelir.

b) En Yaygın İçerik Paylaşımı Biçimleri

1) Sosyal medya gönderisi

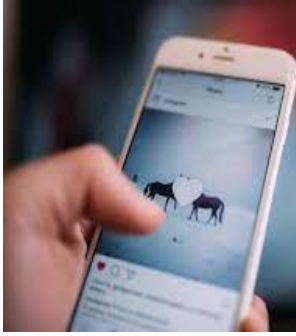
Bu, kişisel profilinize giderek erişebileceğiniz sosyal medyada paylaşılan temel gönderidir. Genellikle konuyla ilgili bir resim içerir.

2) Hikaye

Bu gönderiye benzer, ancak görsel olarak farklı bir biçimdedir ve genellikle 24 saat sonra sona erer. Bunları günlük olarak güncellemek en iyisidir.

3) Blog gönderisi/ Makale

Bunlar, belirli bir konu hakkında bir şeyler açıklayan daha büyük metin gövdeleridir.



Instagram Gönderisi



Instagram Hikayesi



Blog Gönderisi

c) İçerik Paylaşmanın Faydaları

İnsanlar sosyal varlıklardır ve doğal olarak etkileşime girme eğilimindedirler. Çevrimiçi etkileşimler tam olarak başarılıdır çünkü birbirimizle ilişkiler kurmamıza yardımcı olurlar. Sosyal ağların çağı tüm hızıyla devam ederken, insanların içerik paylaşmaya mecbur olmasının ilk birkaç nedenine bakabiliriz:

- Sizi başkalarının gözünde tanımlar
- Diğerlerini değerli içeriğe maruz bırakır
- İnsanların kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlar
- İş ürünleri ve hizmetlerinden haberdar olmanıza yardımcı olur



Bu çizim, paylaşılacak içeriği tanımlama sürecini tasvir eder.

d) Hedef Grup

Öncelikle içerik paylaşmayı düşündüğünüzde, hitap ettiğiniz hedef kitleyi düşünmelisiniz. Bunlar sizi takip eden insanlar ve onlara en çok hitap edecek içerik yayınlamayı düşünmelisiniz. Özel sosyal medya için genellikle arkadaşlar ve ailedir. İş amaçlı olarak, çoğunlukla işletmenizin müşterileridir.



Bir hedef grubun görselleştirilmesi. Ortadaki insanlar ulaşmak istediğiniz kişilerdir.

e) Önemli İpuçları

Öncelikle içerik paylaşmayı düşündüğünüzde, hitap ettiğiniz hedef kitleyi düşünmelisiniz. İnsanlara en uygun şekilde yaklaşmak gerekir. Bu sayede, insanların sizinle bağlantı kurmaya motive olduğundan emin olmak istersiniz. Bu, ticari amaçlar için bile en önemli faktördür. Sağlam bir yaklaşımınız olmadıkça, insanlar içeriğinizi değerli görmez ve size sunulanı başkalarına aktarır. Bu nedenle, birkaç ipucuna odaklanmalısınız.

- ☐ İçeriğiniz basit, açık ve özlü olmalıdır
- ☐ İçeriğinizi ilginç ve esprili tutmalısınız



İçerik oluşturmak bu süreçteki en önemli adımdır.

f) Sosyal Medyada İçerik Paylaşımı

Sosyal medyada paylaşım ile ilgili en önemli şey, çevrimiçi görünürlük için gerçek bir Uyumlu strateji geliştirmektir.

Profilinizin alaka düzeyini kontrol altında tutmak için harici içerik eklemeniz ve haftalık olarak paylaşmanız şiddetle tavsiye edilir. Bunu planlamak önemlidir, böylece orijinal ve mevcut içerik arasında iyi bir denge kurabilirsiniz.

g) İçerik Düzenleme

Yapılması gereken bir başka ilginç şey de içeriğin küratörlüğünü yapmaktır. Bunun anlamı, zaten var olan bazı içerikleri bulabilmeniz ve ardından bunu hedef kitlenizle paylaşabilmenizdir. Bunun anlamı, her şeyi sıfırdan oluşturmak yerine, halihazırda var olan içerikle başlayabilir ve benzersiz dokunuşunuzu ekleyerek, değerini daha da artırabilirsiniz. Bu şekilde, özellikle hedef kitlenizle alakalı olacak içeriği kolayca bulabilir ve yayınlatabilir ve içeriği sağlayan diğer kişilerle, örneğin işletmelerle iyi ilişkiler kurabilirsiniz.

h) İçeriğin Yasal Olarak Paylaşılması

Başkalarının içeriğini almak ve paylaşmak, özellikle de isterseniz, bazı sorumlulukları beraberinde getirir. İçeriği yasal olarak paylaşmak bunun için çok önemlidir. İçeriği yasal olarak paylaştığınızdan emin olmak için şunları yapmalısınız:



Erasmus+

1) Doğru içeriği paylaştığınızdan emin olun

En önemli şey, içerik paylaşarak tam olarak neyi başarmak istediğinize ve hedef kitlenizin farkında olduğunuza karar vermektir.

2) Bakış açınızı sunun

Bağlam olmadan bilgi paylaşmanın pek bir anlamı yoktur. Gönderinizde, bilgileri özetlemek ve dikkate değer olduğunu düşündüğünüz içeriğin tam bölümünü belirlemek isteyeceksiniz.

3) Yazara kredi verin

Kendinizinkini oluşturmak için kullandığınız çalışmanın yazarından alıntı yaptığınızdan emin olun. Mümkünse, paylaşırken onları etiketleyin.

i) Başkalarının İçeriğini Paylaşma

Başkalarının içeriğini paylaşmak, ağ oluşturmak için iyidir ve özel ve profesyonel yaşamınıza yardımcı olabilir. Paylaştığınız içeriğin türüne bağlı olarak, tavsiye oldukça basittir:

1) Bloglar İçin

When sharing written information, ALWAYS link to the blog you found the information at.

2) Görseller İçin

Kendi resimlerinizi kullanmak en iyisidir. Bunlara sahip değilseniz, görselin bir "creative commons lisansı" olduğundan emin olmak en iyisidir. Bu, görselin içerik oluşturmak için ücretsiz olduğu anlamına gelir. Ticari kullanım için, lisansının aşağıdakileri kapsamaması önemlidir:

3) Sosyal Medya İçin

Bir kişiyi veya işletmeyi etiketlemek, onlara bir bildirim gönderir. Bu, kullanıcı adlarının önüne bir "@" işareti yazılarak yapılır. Kişi, içeriği yeniden paylaşarak minnettarlığını ifade edebilir, bu da sizi izleyicilerine de görünür kılar, bu da oldukça faydalıdır.

j) Başkalarının İçeriğinizi Paylaşmasını Sağlamak

1) Kaliteli görseller kullanın

Görselleri yüklerken görselin tatmin edici kalitede olduğundan emin olun. Düşük kaliteli görselleri bulmak daha kolay olabilir, ancak gönderinin hakkını veremez.





Erasmus+

2) Sosyal medya paylaşımlarınızı artırabilirsiniz

Çoğu sosyal ağ, gönderileri artırmak için ödeme yapma olanağı sunar. Genel olarak, bu, işin içinde para olduğu düşünüldüğünde, yalnızca iş kullanıcıları için önerilir. Bununla birlikte, takipçi kazanmaya yardımcı olur ve çevrimiçi pazarlamada büyük saygı görür.

3) İçeriği diğer kişiler veya işletmelerle paylaşın

Mümkün olduğunda, gönderinize başkalarını da dahil edin, kendileriyle ilgili paylaştığınız içeriği tanıyacaklar ve kendi gönderinizi paylaşarak minnettarlıklarını ifade edebilecekler.

4) Paylaşım düğmeleri ekleyin (varsa)

5) Başkalarının içeriğini paylaşın

6) İçeriğinizi güncel tutun

Sağladığınız içeriğin belirli trendleri takip ettiğinden emin olun

7) Bir şeyin önemli ölçüde paylaşılmasını istiyorsanız, takipçilerinizden paylaşmaya devam etmelerini isteyebilirsiniz.

İçeriğinizin paylaşılmasını istiyorsanız, başkalarından paylaşımlarını istemekte fayda var.





Erasmus+

Bölüm 2

Dijital Bir Öykü Yaratma Adımları





Erasmus+

İkinci bölümde, kendi dijital öykünüzü geliştirmeye adım adım nasıl başlayabileceğinizi tartışıyoruz. Dijital Öyküleme öykü anlatmak için yazılım veya uygulamaları kullanan süreç tabanlı bir yöntemdir.

Dijital öyküler dijital görüntüler, metin, kaydedilmiş sesli video ve müzik parçalarının birleşiminden oluşur.

Dijital öykülerin uzunluğu değişebilir, ancak eğitim bağlamında genellikle 2 ila 4 dakika sürer. Konular, kişisel hikâyelerden tarihi olaylara, kişinin kendi topluluğundaki hayatından başka bir ülkedeki hayata vb. kadar değişebilir.

Bu bölümde aşağıdaki konular ele alınmaktadır:

1. Konu seçimi
2. Doğru mesajı seçmek
3. Senaryoyu oluşturmak/ Hikayeyi düzenlemek
4. Hikaye için görsel ve işitsel malzeme seçimi
5. Bir dijital öyküleme örneği (Powtoon tarafından yaratılmıştır)

Konu Seçimi

Dijital öyküleme bir hikâyeyi dijital bir şekilde anlatmak anlamına gelir. Dijital öykülemenin çeşitli biçimleri vardır, ancak hepsinin ortak bir noktası vardır: hikaye anlatıcının bakış açısından anlatılır. Dijital öyküleme genellikle kişisel bir hikayenin, fikrin veya olayın iletişimini içerir. Tarihi olaylar, davetler vb. diğer formlar da kullanılmaktadır.¹

Bir hikayeyi ne kadar canlı anlatırsanız, dinleyicileriniz o kadar meşgul olur. Ama fikrinizi nasıl akılda kalıcı hale getirir ve onu başkalarına bulaştırabileceğiniz bir şekilde anlatırsınız? İlk adım, konunuzu seçmektir. Bu, bir ödevle bağlantılı bir konu veya sizin seçtiğiniz bir konu olabilir. Konuyu kendiniz seçebiliyorsanız, dijital hikayeniz için bir konu seçmeniz için size

¹ <https://5dok.net/document/ky6el87z-leerkracht-digital-storytelling-gebruiken-schoolbuurt-beter-leren-kennen.html>



Erasmus+

ilham vermekten ve motive etmekten mutluluk duyarız. Sonraki adımlar, bu alt bölümde seçtiğiniz konu üzerine inşa edilecektir.

İlham vermek için, dijital bir hikayede kılavuz olarak kullanılabilecek olası kavramların bir listesini burada bulabilirsiniz².

- Bir hikâye
 - Bir hikâye anlatmak için dijital öykülemeyi kullanabilirsiniz. Bu kişisel bir hikâye olabileceği gibi kurgu da olabilir.
 - Bazı örnekler: giriş, bir kahramanın hayatından bir gün, peri masalı, matematik hikâyesi, ...
 - Bir süper kahraman hakkında bir dijital hikaye örneği:
<https://www.youtube.com/watch?v=Kw2b6sDdPIk>
- (Tarihi) bir olay
 - Dijital öyküleme, tarihi veya kişisel bir olayı paylaşmak için de kullanılabilir.
 - Bazı örnekler: dünya savaşları, icatlar, yeni evcil hayvanlar, okul gezileri vb.
 - İsa'nın doğumuyla ilgili bir dijital hikâye örneği:
<https://www.youtube.com/watch?v=TzE2QQ4trEQ>
- Bir fikri ifade etme
 - Dijital öyküleme anlatıcının bakış açısından anlatıldığından, kişinin kendi fikrini dahil etmesi kolaydır.
 - Bazı örnekler: bir ifade hakkında fikir vermek, tartışmak, ...
 - Ölüm cezasına ilişkin bir görüşle ilgili dijital bir hikâye örneği:
<https://www.youtube.com/watch?v=bBTWhHTchsA>
- Eğitici
 - Dijital öyküleme ayrıca bir talimat vermeyi içerebilir. Bu, 'canlı' talimatı değiştirmek için öğrenciler kadar bir öğretmen tarafından da oluşturulabilir veya ona bir ek olabilir.
 - Bazı örnekler: adım adım plan, talimatlar, çiçeğin bölümleri, ...
 - "Talimat videosu nasıl yapılır" ile ilgili bir talimat videosu örneği 😊:
<https://www.youtube.com/watch?v=G5KdD1joFBU>

² <https://5dok.net/document/ky6el87z-leerkracht-digital-storytelling-gebruiken-schoolbuurt-beter-leren-kennen.html>

- Sunum
 - Dijital öyküleme, sınıftaki 'canlı' sunumun yerini alabilir veya bunlara eklenebilir.
 - Bazı örnekler: kitap raporu, kişisel gelişim hakkında konuşma, yansıma, ...
 - Bir gencin sanata olan tutkusunu sunduğu dijital hikâye örneği:
https://www.youtube.com/watch?v=ykD_6dHYyFQ
- Bir davetiye
 - Dijital öyküleme insanları bir etkinliğe davet etmek için kullanılabilir.
 - Bazı örnekler: okul partisi, doğum günü, konser, film gecesi, ...
 - İnsanları bir etkinliğe davet eden bir dijital hikâye örneği:
<https://www.youtube.com/watch?v=26ImjG6Hjms>
- Diğer
 - Dijital hikaye anlatımı elbette başka amaçlar için de kullanılabilir, sadece yaratıcılığınızı özgür bırakın!

Doğru Mesajı Seçmek

Artık dijital hikâyeniz için konunuzu seçtiğinize göre, mesajınızı nasıl iletmek istediğinizi belirlemeniz önemlidir.

Mesajınızı tanımlarken hikaye anlatımının gücünü göz önünde bulundurmak önemlidir. İşte size yardımcı olabileceğiniz başarılı hikaye anlatımı için 6 adım:

a) Hedef kitlenizi bilin

Bir konu hakkında çok tutkulu olabilirsiniz, ancak onu hedef kitleye uyarlamazsanız, mesaj yine de tamamen kaybolabilir. Bu nedenle, hikayenizi hedef kitlenize göre şekillendirin, böylece onlar gerçekten yapmak istediğiniz noktayı anlarlar. Bu adım önemlidir: Hikayenizin ne kadar süreceğini, hangi dili ve kelimeleri seçmeniz gerektiğini, hangi görüntüleri kullanmanız gerektiğini ve hangi platformda dağıtılmasını istediğinizi belirler.

b) Hedef grubunuzla bağlantı kurun

İnsanları fikirleriniz, hizmetleriniz veya ürünleriniz konusunda ikna etmek istiyorsanız, onlarla bağlantı kurabilmeniz gerekir. Bunu söylemek yapmaktan daha kolay, özellikle de hedef kitlenizi göremiyorsanız.

Dijital hikayeniz çevrimiçi olacak ve canlı olmayacak olsa da, bağlantı kurmak oldukça mümkün. Okuyucunuz, dinleyiciniz veya izleyiciniz size zamanını verir ve karşılığında bir şey isterler. Bir alıntı, istatistik, resim, onları düşündüren alakalı bir şeyle meraklarını uyandırın. Bağlanmak, aynı zamanda, hedef kitlenizi neşeli içeriklerle eğlendirmek veya onların güvenini



Erasmus+

kazanmak anlamına da gelebilir. O yüzden hedef kitlesine bile bakmayan üniversite gibi olmayın, etkileşim kurmaya çalışın.

Dijital hikayenizin sonunda, bir izleyicinin ondan bir şeyler alması ve tercihen içeriğinizden daha fazlasıyla ilgilenmesi gerekir. O zaman onlarla bir bağlantı kurdunuz.

c) Hikayenizle hangi hedefe ulaşmak istediğinizi bilin

Somut eylemler belirlemeden önce hedefin ne olduğunu sormak doğal bir refleks haline geldi. Çünkü aklınızda bir hedef yoksa, rastgele bazı pazarlama eylemleri oluşturmanın ne anlamı var?

Hikaye anlatımında da durum aynı. Anlattığınız tüm hikayelerin bir amacı olabilir ve bu amaçlar çok çeşitli olabilir. Bu yüzden hikayenizin sonunu önceden belirleyin ve hikayenizi bu hedefe doğru oluşturun. Hangi noktaya değinmek istediğinizi tam olarak önceden bilin. Ardından, bu noktaya değinmeye yardımcı olacak bir dizi unsurla hikayenizi oluştursunuz.

Kesinlikle tam tersi şekilde de çalışabilirsiniz. Ve bazen bu işe yarayacaktır. Ancak çoğu zaman tutarlılıktan yoksun, zayıf argümanları olan ve net bir mesajı olmayan bir hikaye ile karşılaşacaksınız.

d) Hikayenizi görüntüler ve gerçeklerle destekleyin

Sunumlarda beden dilini, powerpoint'leri veya müziği kullandığınız gibi, kendi hikayelerinizde de destekleyici materyalleri kullanabilirsiniz.

Örneğin, gelişmeleri veya eğilimleri göstermek için grafikleri kullanabilirsiniz. Hikayenizde iletme istediğiniz mesaj bu şekilde daha da güçlü bir şekilde karşımıza çıkacaktır. Veya amacınızı güçlendirmek için ilham verici alıntılar veya fotoğraflar kullanabilirsiniz.

Hikayenizde gerçekleri ve rakamları kullanmak istiyorsanız, bunların doğru olduğundan emin olun. Aksi takdirde, tam tersi bir etki yaratacak ve güvenilirliğinizi kaybedeceksiniz. Bu yüzden önceden biraz araştırma yapmak kesinlikle yerinde olacaktır. Çünkü sonuçta internet bilgiyle dolu ve çoğu çelişkili. Bu yüzden kaynaklarınızı da kontrol edin. Biraz uğraştırıcı ama insanları ikna eden daha iyi ve daha doğru bir hikaye şeklinde kesinlikle karşılığını veriyor.

e) İlgili ve spesifik hale getirin

Hedef grubunuzu yeterince iyi tanıyorsanız, onları neyin uyanık tutup neyin tutmadığını bilirsiniz. O zaman hangi içeriği tercih ettiklerini bilirsiniz. Bunun üzerine oynayın. Hikayenizi izleyicinizle alakalı hale getirin. Bu, yalnızca ne tür bir hikaye anlatacağınız değil, aynı zamanda hangi kanal aracılığıyla, hangi çarpıcı çizgiyi iletme istediğiniz ve onu desteklemek için ne tür görsellere ihtiyacınız olduğu anlamına gelir. Hedef kitlenizle ne kadar alakalı olursanız, içeriğinizin etkisi o kadar büyük olur.

Ama aynı zamanda yeterince spesifik olun. Aşırı ilgili olsanız bile, çok belirsiz kalırsanız, mesajınız ulaşmayacaktır. Ayrıntıları kullanın, hikayenizi iyi çerçeveleyin ve örnekler verin. Bu, okuyucunuzun hikayenizde kendini daha kolay tanımasını ve dolayısıyla daha fazla dahil olmasını sağlayacaktır.





Erasmus+

f) Öykülemenizde gerilimi kullanın

Hikayenizin sıkıcı olmasına izin vermeyin. İzleyicinizin sona gelmeyeceği ve bu nedenle, yapmaya çok hevesli olduğunuz bir noktayı öğrenemeyeceği garanti edilir. Bu yüzden onu büyüleyici hale getirin. Ve bunu sadece bazı rakamlarla ve orada burada güzel bir görselle yapmıyorsunuz.

Hikayeniz boyunca gerilimi kullanın. Bunu hikayenizin kahramanına bir görev vererek veya bir rakip yaratarak yapabilirsiniz. Ayrıca beklenmedik, çılgın veya hareketli bir durumla da hikayenize başlayabilirsiniz. Okuyucunuz, hikayenizin kahramanının bundan nasıl kurtulacağını bilmek istiyor.

Ayrıca bazı klişeleri denize atarak veya tartışma arayarak hikayenizi daha heyecanlı hale getirebilirsiniz. Okuyucunuz her şeyin siyah beyaz olmadığını bilecektir, ancak arada sırada tartışarak okuyucularınızda çözmek isteyecekleri duygular uyandırabilirsiniz.

Hikaye anlatmanın kolay olduğunu söylediğimizi asla duymayacaksınız. Ancak hikayelerinizi doğru bir şekilde anlatmayı başarırsanız, çok büyük bir etkisi olacaktır. Şimdiden bol şans, tüm bu hikaye anlatımını pratikte görmek için sabırsızlanıyoruz!

Senaryo Oluşturma/Öyküyü Düzenleme

Konu düzeltildi ve mesajı nasıl iletmek istediğinizi zaten düşündünüz. Dijital hikayeyi keyifli bir bütün haline getirmek için, bu adımda mesajın en iyi nasıl yapılandırılacağını düşünmek önemlidir. Bu, bir senaryo hazırlayarak yapılabilir.

- Biraz beyin fırtınası yaparak ve bazı fikirleri yazarak başlayın. Fikirlerinizi aileniz ve arkadaşlarınızla tartışın. Kafanızda kaba bir hikaye canlandırın.
- Yakında kendi sesinizle kaydedeceğiniz bir senaryo taslağı çizin. Kolay yolu seçmenin cazibesine karşı koyun ve yalnızca görseller ve müzikle bir hikaye yaratın. İnsanlar kişisel bir ses duymak isterler. Sesinizin nasıl çıktığı konusunda bilinçli olmayın; hepimiz kasette tuhaf görüldüğümüzü düşünüyoruz.
- Kısa bir senaryo taslağı oluşturun. Pek çok insanın çıkmaza girdiği yer burasıdır. Kelimeleri kağıda dökme korkusunu aşın. Bazı ipuçları:
 - Kişisel olun. Tarafsız, otoriter, denemeye benzer bir ses kullanma konusunda size öğretilen her şeyi unutun. Bu bir kompozisyon yarışması değil. İnsanlar sesinizi duymak istiyor. Hikaye sizin bakış açınızdan anlatılmalıdır.
 - Berbat ilk taslaklar yazın. Giderken düzenleme yapmayın. Düzenleme ve yazma, beynin farklı kısımlarını kullanır. Bırak dökülsün. Hikayenizin ana unsurlarını kağıda yazın, ardından geri dönün ve daha sonra düzenleyin.
 - Kısa yazınız. Birkaç kelime ve bazı önemli görsellerle ne kadar anlatabileceğinize şaşıracaksınız.
 - Senaryonuzu ince ayar yaparken yüksek sesle okuyun. Büyük, süslü kelimelerden kaçının, düz konuşma kullanın.





Erasmus+

- Geride durmayın. Gerçekçi olun. Duygusal bir derinliğe ulaşmanız gerekir ve bu bazen ancak rahatsız edici gerçekleri ortaya çıkarmakla elde edilebilir. Ancak nihayetinde, hangi materyali ve kiminle paylaşmak istediğiniz konusunda son derece kişisel bir karar vermek size kalmış.
- Hikayeniz için bir anlatı sırası arayın. **Tüm hikayelerin - hatta 3 dakikalık değerli taşların - bir başlangıcı, ortası ve sonu vardır.**
 - Başlangıç, hikayenizin öncülünü anlatır: hikaye boyunca sürmesi gereken dramatik gerilimi kurar.
 - Orta kısım, yol boyunca çatışmaları ana hatlarıyla belirtir.
 - Son, küçük bir keşif, vahiy veya içgörü ortaya çıkaran varış noktasıdır. Buna bazen arzu-eylem-gerçekleştirme modeli denir. (Ama tanıdığımız kimse tarafından değil!) Adam kızı alacak mı? Kahraman galip gelecek mi? Dedektif gizemi çözecek mi? 3 dakikalık bir senaryoyla, sapmaları şımartmak için zamanınız yok. Sonuca varın.
- Hız üzerinde çalışın. Pek çoğu, başarılı hikaye anlatımının gerçek sırrının ilerleme olduğunu düşünür. Bir hikayenin ritmi ve temposu, izleyicinin ilgisini ayakta tutan şeydir.
- Sesine güvenin. Hepimizin kendine özgü bir hikaye anlatma tarzı var. Seninkine güven.
- Bitirdiğinizi düşündüğünüzde senaryonuzu bir arkadaşınıza okuyun. Çoğu zaman, sırdaşınız göze çarpan eksikliklere dikkat çekecek, bir pasajın dilini sağlamlaştırmaya yardımcı olacak veya gerçek sesinizi tanımlamanıza yardımcı olacaktır.³

Aşağıdaki sorular başlamanıza yardımcı olabilir:

- Ne tür resimlere ihtiyacınız var?
- Resimleri hangi sırayla yerleştiriyorsunuz?
- Her bir görüntü hakkında ne söylenmelidir?
- Hangi efektleri, animasyonları, ... kullanacaksınız?

³ <https://www.socialbrite.org/2010/07/15/digital-storytelling-a-tutorial-in-10-easy-steps/>



Erasmus+

Hikaye İçin Görsel ve İşitsel Malzeme Seçimi

Görsel-işitsel içerik oluşturmaya başlamadan önce, ihtiyacınız olan materyali düşünmeniz önemlidir. Ne kullanmak istediğinize bağlı olarak kamera, film kamerası, bilgisayar, iPad, mikrofon, projektör, ses kutusu gibi cihazları alır veya ödünç alırsınız. Bu çok kapsamlı olabilir, ancak bugünlerde bir akıllı telefonla zaten sonsuz miktarda dijital hikaye oluşturabileceğinizi unutmayın.

Görüntüler, ses, müzik oluşturun veya toplayın ... Bunların telifsiz olduğundan emin olun!

- İçeriğinizi toplayın
 - Kısa bir kişisel hikaye oluşturmaya ilgili prodüksiyon çalışmasının saatler sürebileceğini unutmayın. Doğru yapmak için yeterli zaman ayırın.
 - Eski fotoğrafları kullanıyorsanız, düz yataklı bir tarayıcıya ihtiyacınız olacaktır. Bunları tarayın ve bilgisayarınızdaki tek bir klasöre kaydedin. Dijital fotoğraflar kullanıyorsanız, JPEG formatında olduklarından emin olun. Eski 16 mm film çekimleriniz varsa, muhtemelen bunu analog filmi dijital videoya dönüştürme konusunda uzmanlaşmış bir mağazaya göndermeniz gerekecektir.
 - Daha yeni fotoğraflar kullanıyorsanız, muhtemelen dijital biçimdedirler — harika!
 - **Videonuzun biçiminin yatay olacağını unutmayın, bu nedenle buna göre kırpın.** Dikey fotoğrafları yatay fotoğraflara dönüştürmeyin, ancak güçlü dikey şekillerin her iki tarafta da bol miktarda siyah görüneceğini fark edin. Resmin boyutunu filminizin görüneceği boyuta indirmeyin: Genellikle 720×540 piksel aralığında olmasını istersiniz; Ayrıntıları daha da azaltırsanız kaybolacaktır. Ancak boyutları çok fazla dert etmeyin: Bugün tüm video düzenleme programları görüntüleri uygun boyutlarına küçültecektir.
- Bir ses kaydı yapın
 - Dizüstü veya masaüstü bilgisayarınızda bulunan mikrofonun anlatımınızı kaydetmek için yeterli olacağına karar verebilirsiniz (en azından ben öyle yapıyorum). Her şeyden önce, sohbet eden bir sesle yavaş konuşun. Bir senaryodan okuyormuşsunuz gibi konuşmayın!
- Müzik ekleyin
 - Çoğu zaman, müzik eklemek isteyeceksiniz. (Ken Burns'ün PBS özel bölümlerindeki fon müziğini düşünün.) Hikayenizin ritmini ve hızını çağrıştıran müziği seçin. Birçok insan için bu, sürecin en kolay kısmıdır. Çoğumuzun kafasında, iletmek istediğimiz hikayenin ruh halini yansıtan film müzikleri vardır. En etkili parçalar genellikle enstrümantal olanlardır: vokalsiz klasik, ortam, folk veya caz.
 - Ardından, dışarı çıkın ve müziği dijital biçimde alın: Piyasadaki düzinelerce ücretsiz CD kopyalama programından biriyle yüksek kaliteli bir mp3 dosyası kullanın veya en sevdiğiniz CD'den bir parça kopyalayın. Orijinal müzik icra eden bir arkadaşınızı kaydediyorsanız, daha da iyi. Ardından, parçayı video düzenleme programınıza aktarın.



iMovie'de çalışıyorsanız, mp3'ü içe aktardığınızda, zaman çizelgenizin altında bir ses klibi olarak görürsünüz.

- **Telif hakkını dikkate alın!** Çalışmanızı Web'de yayınlamayı planlıyorsanız, bir şarkının tüm parçasını hikayenize dahil etmek istemeyebilirsiniz. Pod korumalı müzik kullanmak isteyebilirsiniz (ve hayır, hikayenizden para kazanmıyor olmanız telif hakkı yasalarına göre bir fark yaratmaz) — sizi almayacak çok çeşitli müzikler için Socialbrite'ın Ücretsiz Müzik Rehberine bakın telif hakkı polisleriyle başı belaya girdi.

Bir Dijital Hikaye Örneği – Powtoon tarafından oluşturuldu

Bu dijital hikaye, Çınar adında bir ortaokul öğrencisi tarafından oluşturulmuştur. Bu hikayede Çınar'ın kedisi Baloş bize bir haftadaki başarılarını anlatıyor. Bu Powtoon formatı, 'Bu Hafta Dil Öğrenimiyle İlgili 5 Başarım' gibi farklı bağlamlara dönüştürülebilir.



Hikayenin ilk sayfası başlık, konu, tarihler, kedinin adı ve bu hikayeyi oluşturan ekibin adını içerir.

Adınızı, kurumunuzu, takımınızın adını (takım yapıyorsanız) bu ilk sayfaya buraya yazabilirsiniz. Ayrıca izleyicilerinizin dikkatini çekmek için komik fotoğraflarınızı, videolarınızı ve başarılarınızı buraya yükleyebilirsiniz. Kapak sayfası ne kadar renkli olursa, o kadar çok insan bundan zevk alacaktır.

01

Yeni bir arkadaş buldum

Pokemon Jigglypuff'a benziyor ama yine de baya havalı.



CREATED USING
POWTOON

0:17/0:59 | POWTOON

İkinci sayfa bize bu sevimli kedi Baloş'un ilk başarısını gösteriyor. Yeni bir arkadaş bulduğunu söylüyor. Dil öğrenimindeki ilk başarımız, temel toplantı diyaloglarını kullanarak yeni bir arkadaşla tanışmak olabilir.

02

Tüm hafta sonunu Babişimle geçirdim.

Normalde babam bize gelip birkaç saat geçirir ve döner ama bu hafta sonu tamamen benimdi!



CREATED USING
POWTOON

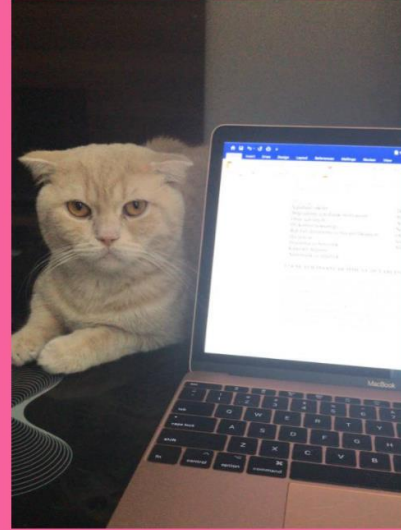
0:22/0:59 | POWTOON

Üçüncü sayfa bize Baloş'un ikinci başarısını gösteriyor. Bütün hafta sonunu babasıyla geçirdiğini söylüyor. Dil öğrenimindeki ikinci başarımız, hafta sonları belirli bir süre İngilizce çalışarak geçirmek olabilir.

03

Aptal doktora insanlarını korkuttum

Annem doktora öğrencisi ve online derslerinde binlerce saatini harcıyor. Ben de kendimi gösterip psikopat bir katil gibi miyavladım, hepsi korkudan altına etti.



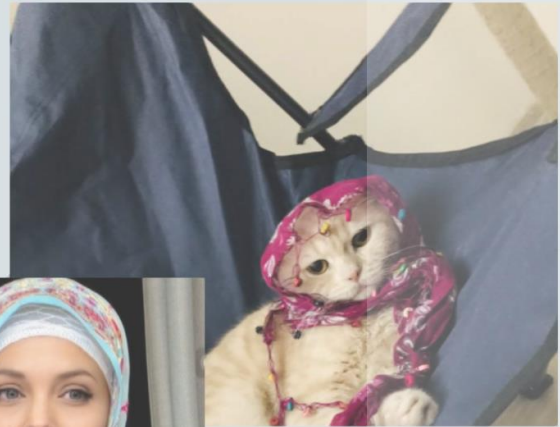
CREATED USING
POWTOON

Dördüncü sayfa bize Baloş'un üçüncü başarısını gösteriyor. Annesinin katıldığı çevrimiçi toplantıda insanları korkuttuğunu söylüyor. Dil öğrenimindeki üçüncü başarımız, yabancı bir arkadaşla Zoom'da en az 15 dakika konuşmak olabilir.

04

Jolie gibi göründüm

Eşarp tken Angelina Jolie gibi görünmeye çalıştım ama çok daha şirin oldum.



CREATED USING
POWTOON

Beşini sayfa bize Baloş'un dördüncü başarısını gösteriyor. Başörtüsü takarak Angelina Jolie'ye benzemeye çalıştığını söylüyor. Dildeki dördüncü başarımız, iki fotoğrafı aralarındaki benzerlikleri ve farklılıkları vurgulayarak karşılaştırmak olabilir.



Altıncı sayfa bize Baloş'un beşinci başarısını gösteriyor. Kendi uyku rekorunu kırdığını söylüyor. Dil öğrenimindeki beşinci başarımız, konuşurken deyimsele sözcükleri kullanarak kendi rekorumuzu kırmak olabilir.



Son sayfa bize Baloş'un son sözlerini gösteriyor. Yorucu bir hafta olduğunu söylüyor ve bunu uygun bir fotoğrafla destekliyor. Dijital hikayelerinize devam etmek istiyorsanız veda sözleri veya cümleleri buraya ekleyebilir ve devam edecek bir kısım ekleyebilirsiniz.



Erasmus+

Chapter 3

Dijital Öyküleme Üzerine Alan Yazın İncelemesi





Erasmus+

Dijital Öyküleme

Dijital öyküleme, eski hikaye anlatma sanatının modern bir ifadesidir. Tarih boyunca hikaye anlatımı bilgi, bilgelik ve değerleri paylaşmak için kullanılmıştır. Hikayeler çok farklı biçimler almıştır. Hikayeler, kamp ateşi çemberinden beyazperdeye ve şimdi bilgisayar ekranına kadar ortaya çıkan her bir ardışık ortama uyarlanmıştır (Dijital Öyküleme Derneği, 2002).

a) Öyküleme

Öyküler, fikirler, kimlikler ve insanlık durumuna yaklaşım hakkında belirli şeyleri anlatmanın bir yoludur ve ayrıca başkalarına bir şeyler ifade eder (Wagner, 2014). Hikayeler bilginin yapı taşları, hafızanın ve öğrenmenin temelidir. Öyküler, sembolik araçlar, zaman ve mekanda ortaya çıkan deneyimi anlama yolları olarak işlev görür (Bruner, 1987). Kişiler, yazma sürecinde hikayelerini oluştururken kendi düşüncelerini keşfederler (Miller, 2010). İnsanlar her gün hikayeler aracılığıyla iletişim kurarlar (Tenh vd., 2012). Hikayeler, mesajları veya fikirleri iletmek ve özümsemek için anlatılır, duyulur ve yanıtlanır (Grisham, 2006). Umberto Eco'nun da belirttiği gibi, insanlığın ilk kullandığı enstrümanlardan biri de hikayedir. Eco, “İnsan doğası gereği hikaye anlatan bir hayvandır” dedi. Bu bakış açısına göre hikayelerin yeryüzüne anlam kattığını ve örgütlü topluluk/toplum ile insanlar arasında bağ kurduğunu söylemek anlamlıdır (akt. Grisham, 2006).

Hikâye anlatıcılığının tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. İnsan anlayışı büyük ölçüde hikaye anlatımı ile ilgili olduğundan -özellikle süregelen iletişimden farklı bir zaman ve mekana ait olaylara atıfta bulunabilme anlamına gelen 'yer değiştirme' kavramıyla ilgili olarak- ilk anlatı örneklerine bakmak doğru bir yaklaşım olacaktır (Yılmaz ve Cigerci, 2018). Buna göre hikaye anlatımı, bilgi, deneyim ve değerlerin (Heo, 2009; Smeda, Dakich ve Sharda, 2014) gelecek nesillerle paylaşılmasında (Harrison, 2011), toplumların geçmişi ve geçmişi arasında bir köprü görevi görmekte her zaman önemli bir iletişim aracı olmuştur. (Hull ve Katz, 2006). Antik çağlardan günümüze insanlığın sosyal gelişim tarihi boyunca bilgi, deneyim ve değerlerin bir nesilden diğerine aktarılması ve paylaşılması için doğal, güçlü bir teknik ve eğitim aracı olarak kullanılmıştır (Lantz vd., 2020; Smeda vd., 2014). Tarih öncesi insanlar çevre, vahşi yaşam hareketleri veya yiyecek kaynakları hakkında bilgi paylaştıkça hikaye anlatımı gelişti. Bu tür hayatta kalma bilgileri nesiller boyunca kodlandı ve tarih, gelenek ve kültürel mitolojiyi içerecek şekilde genişletildi. Ortaya çıkan anlatılar (bir dizi olayın ve anlamlarının anlatılması) hikaye anlatıcılarına saklamaları ve paylaşmaları için emanet edildi.

Hikâye anlatımı (ortam, olay örgüsü, karakterler, olayların mantıksal açılımı, bir doruk noktası) efsaneye dayalı ritüellere, katılımcı canlandırmalara veya dramalara doğru genişletildi. Hikâyeler, çevredeki dünyada görülen ve görünmeyen (büyülü) olaylarda insanların rollerini açıklamış ve onlara büyük işler yapmaları, yolculuklara çıkmaları veya savaşmaları için ilham vermiştir. Yazının ortaya çıkmasıyla, hikayeler korunmuş ve zamanla edebiyat olarak kabul edilmiştir (kalıcı sanatsal değere sahip olduğu düşünülen yazılı eserler). Hikâye anlatıcılığının





Erasmus+

öğrenme pedagojisine aktif katılımı destekleme, öğrendiklerini kullanma, öğrencileri cesaretlendirme, canlandırma, enerji verme ve neşelendirme gücüne sahip olduğu vurgulanmıştır (Halifeoğlu, 2021).

b) Dijital Öyküleme

Dijital öyküleme kullanıcı katkılı içerikten yararlanmak ve öğretmenlerin teknolojiyi sınıflarında verimli bir şekilde kullanmanın önündeki bazı engellerin üstesinden gelmelerine yardımcı olmak için iyi tasarlanmış bir teknoloji uygulamasıdır (Robin, 2008). Dijital hikaye anlatımı, özünde bir hikaye anlatmak için dijital araçların kullanılmasına dayanır. dijital belgeseller, bilgisayar tabanlı hikaye anlatımı, dijital denemeler, etkileşimli hikaye anlatımı (Robin, 2008), multimedya hikaye anlatımı (Smeda vd., 2014; Tsou vd., 2006), web tabanlı hikayeler (Smeda, 2014) veya Web 2.0 hikaye anlatımı (Alexander & Levine, 2008) gibi dijital hikaye anlatımını tanımlamak için kullanılan birçok terim vardır ama genelde bunların hepsi genellikle 2-5 dakika süren bir hikayeyi anlatmak ve paylaşmak amacıyla (Rance-Roney, 2008) geleneksel hikaye anlatımını resimler, grafikler, müzik, ses ve yazarın sesi gibi yeni medya araçlarıyla birleştirme fikri etrafında şekillenirler (Gregori-Signes, 2014). Teknolojinin ve hikaye anlatımının gücünü birleştiren dijital hikaye anlatımı, eski hikaye anlatma sanatının modern bir ifadesi olarak da adlandırılmaktadır (Lambert, 2010). Geleneksel hikaye anlatımı gibi, dijital hikayeler de seçilen bir tema etrafında döner ve genellikle belirli bir bakış açısına sahiptir (Bilici, 2021). Yoon (2013) sözlü hikaye anlatımı ile dijital hikaye anlatımını çeşitli özellikler açısından karşılaştırmıştır:

Tablo 2. Sözlü hikaye anlatımı ile dijital hikaye anlatımının karşılaştırılması

Maddeler	Öyküleme	Dijital Öyküleme
İlk ortaya çıkışı	Binlerce yıl önce	1994'te Atchley ve Lambert tarafından Digital Storytelling Center'da
Temel türü	İnsan sesi, jest ve mimikler	Çoklu ortam bileşenleri (videolar, resimler, ses vb.)
İçeriği verme	Sözlü iletişim	BIT Araçları (bilgisayar, tablet vb.)
Veri formu	Genellikle renkli ve basılmış kağıt	Elektronik olarak dijital biçimde kaydedilmiş
Öğrenme tarzı	Sözlü iletişim/ tek yönlü konuşma/ dinleme	Çoklu iletişim Etkileşim ve İşbirliği
Ana karakter	Öncelikle jestler ve ifadelerle birleştirilen kelimeler	Sesli anlatım, görüntüler, sesler ve müzikle çok duygusal bir deneyim ortaya çıkar

c) Dijital Öykülemenin Ortaya Çıkışı ve Tarihçesi

Dijital öyküleme ilk olarak 1990'larda Joe Lambert ve Dana Atchly'nin çalışmalarıyla Kaliforniya'da ortaya çıktı (Bull ve Kajder, 2004). Joe Lambert, eşi Nina Mullen ve meslektaşları





Erasmus+

Dana Atchley ile 1994 yılında San Francisco'da Dijital Medya Merkezi'ni kurdu. Daha sonra aynı ekip 1998 yılında bu merkezi Berkeley'deki Dijital Öyküleme Merkezi olarak değiştirdi (Göçen, 2014) Lambert ve ekibi Dijital Öyküleme etrafında benzersiz bir bilgisayar eğitimi ve sanatları programı geliştirdi. Dijital Öyküleme Merkezi aracılığıyla, 1993'ten beri dünya çapında yaklaşık 1000 kuruluş çalıştı ve 15.000'den fazla kişi dijital öyküleme sanatı konusunda eğitim aldı (Lambert, 2003). Dijital öykülemenin ilk günlerinde, Lambert, ortalama insanların kolay bir şekilde “göreceli olarak kısa bir sürede, nispeten küçük bir miktar parayla gerçekten güçlü bir şekilde öykülerini anlatma” olayından etkilenmişti (Tucker, 2006, s. 54).

Dijital Öyküleme Merkezi, kişisel anlatılarını oluşturmak ve paylaşmakla ilgilenen kişilere eğitim ve yardım sağlamıştır. Günümüze hızla ilerlediğinizde, dijital öyküleme için gereken araçların (bilgisayarlar, tarayıcılar, dijital kameralar ve yüksek kaliteli dijital ses yakalama cihazları) giderek daha uygun fiyatlı ve erişilebilir hale geldiğini görebiliriz (Robin, 2008).

d) Tanımlar

Geleneksel bir hikayenin bilgisayarlar, video kameralar ve ses kayıt cihazları gibi tescilli dijital teknolojilerle birleştirildiği yaratıcı bir süreçtir (Ohler, 2008). Chung (2007) dijital öykülemeyi anlatımını bilgisayar ortamında dijital metin, görüntü, video ve ses içeren bir multimedya sunum uygulaması olarak tanımlarken Yüksel, Robin ve McNeil (2011) dijital öykülemeyi genel olarak multimedya araçları ve kaynakları ile bilgi paylaşımı ve hikaye anlatımı olarak tanımlamaktadır. Dijital öykülemenin birçok tanımı olmasına rağmen bu tanımlardaki ortak fikir, dijital öykülemenin geleneksel hikaye anlatımının görüntü, ses ve müzik gibi çoklu ortam öğeleriyle zenginleştirilmesiyle oluşturulduğudur (Göçen, 2014).

e) 21. Yüzyıl ve Dijital Öyküleme

Dijital öyküleme için gerekli olan araçların (bilgisayarlar, tarayıcılar, dijital kameralar ve yüksek kaliteli dijital ses yakalama cihazları) giderek daha uygun fiyatlı ve erişilebilir hale geldiği söylenebilir (Robin, 2008). Güçlü, ancak uygun maliyetli teknoloji donanımı ve yazılımının birleşimi, odak noktasının öğrencilere “medyanın giderek çeşitlendiği ortamlarda gelişmek” için ihtiyaç duyacakları becerileri sağlamaya odaklandığı günümüz sınıflarının birçoğunun ihtiyaçlarıyla mükemmel bir uyum içindedir (Riesland, 2005). Dijital öyküleme, toplumun öğrencilerin 21. yüzyılda bilmesini ve gerçekleştirmesini umduğu şeylerin çoğunu kapsayan güçlü bir öğrenme deneyimi olabilir (Jakes & Brennan, 2005). Burada 21. yüzyıl becerilerini vurgulamamız gerekiyor.

- Eleştirel düşünme ve problem çözme;
- İşbirliği ve liderlik;
- Çeviklik ve uyarlanabilirlik;
- İnisiyatif ve girişimcilik;
- Etkili sözlü ve yazılı iletişim;
- Bilgiye erişme ve bilgiyi analiz etme;
- Merak ve hayal gücü (Wagner, 2008).





Erasmus+

Ayrıca, 21. Yüzyıl Becerilerinin Değerlendirilmesi ve Öğretilmesi konsorsiyumu (2012), becerileri, bilgileri ve tutumları dört kategoride düzenler: düşünme yolları, çalışma yolları, çalışma araçları ve dünyada yaşama. Dahil edilen becerilerden veya bunları tanımlamak için kullanılan terimlerden bağımsız olarak, tüm 21. yüzyıl beceri tanımları, karmaşık bir dünyada çağdaş yaşamın yönleriyle ilgilidir. Çoğu, benzer türdeki karmaşık düşünme, öğrenme ve iletişim becerilerine odaklanır ve tümü, ezberci becerilerden daha fazla öğretmek ve öğrenmek ister. Bu yetenekler genellikle üst düzey düşünme becerileri, daha derin öğrenme çıktıları ve karmaşık düşünme ve iletişim becerileri olarak da adlandırılır (Saavedra ve Opfer, 2012).

21. yüzyılın ihtiyaç ve gereklilikleri göz önüne alındığında, küreselleşme, ekonomik gereklilik ve düşük sivil katılım, öğrencilerin başarı için ihtiyaç duydukları bilgi ve becerileri acilen geliştirmelerini gerektiriyor. Bugünün öğrencileri geleceğin dünyasının mimarları olacak, buna bağlı olarak dünya hızla değişiyor ve eğitimciler de öğrencilerini çalışacakları ve yaşayacakları topluma hazırlayarak buna cevap vermelidir. 21. yüzyıl becerilerini öğretmek zorunludur ve göz ardı edilemez veya hafife alınamaz (Larson ve Miller, 2011).

Öğretmenler, günümüz sınıflarında teknolojinin, pedagojinin ve içeriğin entegrasyonunun “dijital medyanın hem öğretme hem de öğrenmede oynayabileceği farklı ve daha güçlü rollerin daha derinden anlaşılmasına” yol açtığını düşünmelidir (Robin 2008). Brenner'ın (2014) araştırması ve deneyimi, bilgisayar destekli öğretimin ve 21. yüzyıl iletişim araçlarının bu tür roller oynadığını ve öğrencilerin öğrenme çıktıları üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir. Dijital öyküleme aracılığıyla öğrenciler, sadece teknolojiyi kullanmaktan daha fazlası olduğu için 21. yüzyılda etkili olmak için gerekli olan çok sayıda beceri geliştirirler. Bir ifade, iletişim, entegrasyon ve hayal gücü aracıdır (Malita ve Martin, 2010).

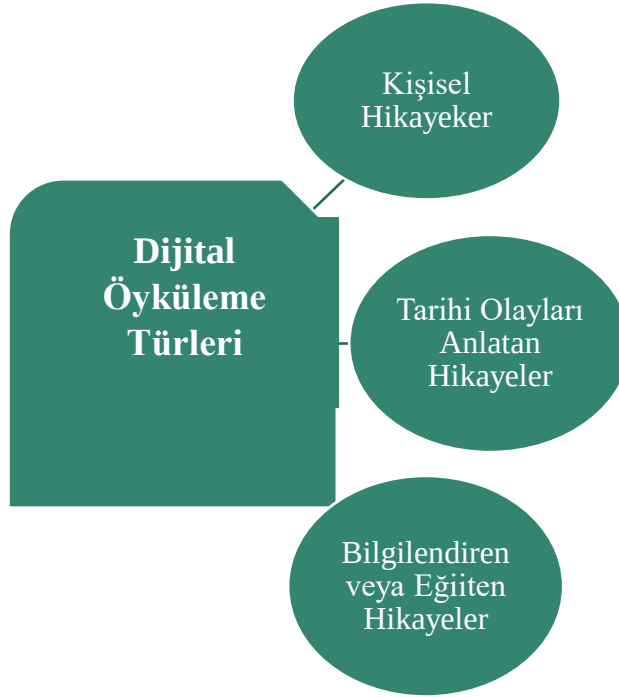
- **Eleştirel Düşünme:** Dijital öyküleme, öğrencilerin işitsel ve görsel bileşenler arasındaki etkili kombinasyonlar hakkında eleştirel düşüncelerini sağlar. Her hikaye, öğrencilerin hikayelerini desteklemek için kanıt toplamasını ve onları istenen bir etkiyi elde edecek şekilde bir araya getirmesini ve düzenlemesini gerektirir; bu, öğrenci yazarların kendi başlarına yazı yazarken kavraması en zor iki kavramdır. Dijital öyküleme sayesinde öğrenciler, bir anlatı yazmanın tüm öğelerinin birlikte nasıl çalıştığını ve okuyucular ve izleyiciler üzerinde en iyi etkiyi elde etmek için bunları nasıl manipüle edeceklerini anlamaya başlarlar.
- **Kendini İfade Etme ve Tolerans** Ayrıca yaratılan ve üzerinde emek harcanan dijital hikayeler de paylaşılabilir. Dijital hikayelerin akranlar arasında paylaşılması ve değerlendirilmesi, kendini ifade etme ve hoşgörüyü geliştirmenin ve katılımcı bir öğrenci topluluğu yaratmanın mükemmel bir yoludur.
- **İşbirliği:** İşbirlikçi ve bir şekilde yeni bir öğrenme ortamında, öğrenciler aktif olarak fikir alışverişinde bulunurlar, geri bildirim isterler ve alırlar, akranlarından ilgi duydukları konular hakkında gayri resmi ve aynı zamanda tanıdık bir şekilde öğrenirler.
- **İletişim:** Öğrenciler, metin, resim, ses, video ve web yayıncılığı gibi multimedyaı birleştiren yazılımları kullanarak iletişim becerilerini geliştirir, soru sormayı, görüşlerini ifade etmeyi, anlatılar oluşturmaya ve bir izleyici kitlesi için yazmayı öğrenir, dil ve bilgisayar becerilerini geliştirir. Dijital hikayeler oluşturulduğunda, öğrenciler sadece



teknolojik olarak daha okuryazar değil, aynı zamanda tasarımcı, dinleyici, yorumcu, okuyucu, yazar, iletişimci, sanatçı ve düşünür olurlar (Malita ve Martin, 2010).

f) Dijital Öyküleme Türleri

Robin (2006), dijital öykülerin pek çok türü olmakla birlikte en önemlilerinin üç grupta toplanabileceğini ve dijital öykülerin “kişisel öyküler”, “tarihi olayları inceleyen öyküler” ve “bilgi veya öğretim öyküleri” olarak gruplandırılabilceğini belirtmiştir.



Şekil 1. Dijital öyküleme türleri

1) Kişisel hikayeler

Belki de en popüler dijital hikaye türü, yazarın kişisel deneyimlerini anlattığı hikayedir. Bu hikayeler hayattaki önemli olaylar etrafında dönebilir ve hem yazar hem de izleyici için duygusal olarak yüklü ve kişisel olarak anlamlı olabilir. Robin (2006), dijital öykü oluşturma nedeni olarak kişisel öykü oluşturma isteğinin önemini vurgulamıştır. Anlatıcının anılarını ve deneyimlerini içeren bir dijital hikaye türüdür. Bu hikaye türünde içerik, kişinin kendi hayatında meydana gelen olaylardır. Bu, içeriğin hikayesinin yazıp multimedya araçlarıyla dijital forma dönüştürülmesiyle elde edilen bir dijital hikaye türüdür (Göçen, 2014).

2) Tarihi olayları anlatan hikayeler

Tarihi olayların konu alındığı bir dijital hikaye türüdür. Bu dijital hikayenin oluşturulmasında kullanılan görseller ve seslendirmeler o tarihi olayı yansıtmalıdır. Dijital hikayenin hikaye kısmı ile dijital unsurların etkileyici birleşimi, dinleyiciye tarihi bir olayı ve olayın zamanını



Erasmus+

yaşıyormuş gibi hissettirir (Göçen, 2014). Sınıf ortamında öğrenciler, geçmişten gelen olaylara derinlik ve anlam katan bir hikaye oluşturmak için tarihi fotoğrafları, gazete manşetlerini, konuşmaları ve diğer mevcut materyalleri kullanabilirler (Robin, 2008).

3) Bilgilendiren veya Eğiten Hikayeler

Bu tür dijital hikayeler, temel olarak birçok farklı içerik alanında eğitim materyallerini iletmek için kullanılır. Öğretmenler, öğrencilerine matematik ve fen, sanat, teknoloji ve tıp eğitimine kadar değişen konularda bilgi sunmak için bu tür dijital öyküleri kullanabilirler (Robin, 2008). İzleyiciye belirli bir konuyu öğretmeyi amaçlayan bir dijital hikaye türüdür. Öğretilcek içerik anlatılır, uygun görsel, ses ve müziklerle birleştirilir ve hedef kitleye sunulur. Bu tür dijital öykülerde, öğrenilecek veya öğretilecek konu görsel ve işitsel olarak zenginleştirildiği için izleyici için daha somut hale gelmektedir (Göçen, 2014).

g) Dijital Öykülemenin Temel Unsurları

Ohler (2008), Sınıfta Dijital Öyküleme adlı kitabında, dijital hikaye öğelerinin dijital hikaye yapımında önemli bir rol oynadığını açıklar. Öğeler, hikaye anlatıcılarının iyi bir dijital hikaye olarak adlandırılan şeyi üretmeye yönelik yapım sürecinde dikkate almasını sağlar (Lambert, 2006). Kendi öğe kümelerini öneren birkaç uzman var, ancak en güncel olduğu ve Dijital Öyküleme Merkezi'ne dayalı olduğu için burada Robin'in öğelerini kullanacağız.

Tablo 3. Dijital Öykülemenin Yedi Öğesi

Dijital Öykülemenin Yedi Öğesi - Dijital Hikaye Anlatımı Merkezi	
1. Bakış açısı	Hikayenin ana noktası nedir ve yazarın bakış açısı nedir?
2. Dramatik bir soru	İzleyicinin dikkatini çeken ve hikayenin sonunda cevaplanacak kilit bir soru.
3. Duygusal içerik	Kişisel ve güçlü bir şekilde canlanan ve hikayeyi izleyiciyle buluşturan ciddi sorunlar.
4. Sesin önemi	İzleyicinin bağlamı anlamasına yardımcı olmak için hikayeyi kişiselleştirmenin bir yolu
5. Müziğin gücü	Hikayeyi destekleyen ve süsleyen müzik veya diğer sesler
6. Ekonomiklik	İzleyiciyi aşırı yüklemekten, hikayeyi anlatmaya yetecek kadar içerik kullanmak.
7. Ritim	Hikayenin ritmi ve ne kadar yavaş ya da hızlı ilerlediği.

1) Bakış açısı

Öykünün ana fikrini ve yazarın bakış açısını içeren unsurdur. Dijital öykünün etkili olabilmesi için öykünün amacının net olması ve yazarın öyküyü amacına uygun bir bakış açısıyla





Erasmus+

hazırlaması gerekir. Lambert (2003), hikayelerin unutulabileceğini ancak bakış açılarının hatırlandığını belirtmiştir. Bu nedenle yazar öykünün amacına uygun bir ürün sunmalı ve öykünün bakış açısı çerçevesinde dinleyiciye rehberlik etmelidir. Bunun için yazar kendi kendine “Neden bu konuyu seçtim?”, “İzleyiciye nasıl bir mesaj vermek istiyorum?” diye ve “Bu hikayeyi yazmamın amacı nedir?” gibi sorular sormalıdır. Bu sayede yazar hikâyede anlatmak istediği noktaya odaklanacak ve amacına uygun bir ürün ortaya çıkaracaktır (Göçen, 2014). Arslan (2013) bakış açısının anlatıcı ve dinleyici arasındaki ilişkiyi kurduğunu ve anlatıcının ne söyleyeceğine karar verdiği aşama olduğunu belirtmiştir.

2) Dramatik bir soru

Hikâyenin sonunda seyircinin dikkati çekilir ve cevaplanması gereken anahtar sorudur. Dijital hikayeyi izleyenler hikayeyi daha dikkatli izler, hikaye boyunca bu sorunun cevabını merak eder ve hikayenin sonunda bu sorunun cevabını bulmayı bekler (Göçen, 2014). Bull ve Kajder (2004), dramatik soru öğesinin dijital bir hikayeyi seyahatle ilgili bir filminden ayıran şey olduğunu belirtmişlerdir. Lambert (2003), iyi hazırlanmış hikayelerin hikayenin başından sonuna kadar heyecanı arttırdığını belirtmiştir. Çarpıcı sorunun çözümü aslında bir hikayenin merkezidir. Bu nedenle hikayenin yazarları bu soruyu hikaye perspektifinden yapılandırmalı ve hikaye bitene kadar dinleyicinin dikkatini hikaye üzerinde tutmalıdır (Göçen, 2014).

3) Duygusal İçerik

Duygusal içerik, bir hikaye ile izleyicisi arasındaki bağı etkileyen bir unsurdur. En etkili dijital hikayeler, izleyicilerinde duygu uyandıran hikayelerdir (Bull ve Kajder, 2004). Gülme, ağlama, öfke, heyecan, korku, üzüntü ve şaşkınlık duyguların harekete geçmesiyle yaşanan ve gösterilen tepkilerdir. Dijital bir öykü izleyicisinin bu tür tepkileri, öykü ile izleyici arasında duygusal bir bağın kurulduğunu gösterir (Göçen, 2014). Lambert (2003), hikayenin perspektifini şekillendirmede izleyicinin duygusal duyarlılık derecesini düşünmesinin her zaman önemli olduğunu belirtmiştir.

4) Sesin önemi

Dijital öykünün yazım sürecinden sonra izleyiciyle buluşmadan önce seslendirilir. Bu unsur, dijital bir hikayeyi geleneksel bir hikayeden ayıran özelliklerden biridir. Ses öğesi, dijital bir hikayenin etkinliğini artıracak bir özelliktir. Hikayeyi düz okumak yerine, anlatıcının tonlama ve vurguya dikkat ederek onu seslendirmesi gerekir. Bull ve Kajder (2004), anlatıcının sesinin perdesini ayarlamasının, ses tonunu ve ses tonunu değiştirmesinin hikayenin anlamını ve amacını aktarmanın kişisel bir yolu olduğunu belirtmiştir. Dijital hikayenin etkinliğine katkı sağlayan en önemli unsurlardan birinin ses olduğunu da vurgularlar.

5) Müziğin gücü

Müzik, hikayenin dijital boyutunun önemli bir unsurudur. Anlatıcının etkili bir dijital öykü hazırlayabilmesi için öyküye uygun bir müzik seçmesi gerekir. Hazırlanan hikâyeye eklenen





Erasmus+

müzik, hikâyeyi destekleyen ve süsleyen unsurdur (Göçen, 2014). Arslan (2013) dijital öyküde seçilen anlamlı ve ahenkli müziğin öykünün anlatım gücünü artırdığını belirtmiştir. Uygun şekilde kullanılan müzik veya sesler hikayeye derinlik katabilir, daha duygusal ve vurgulu hale getirebilir (Karakoyun, 2014).

6) Ekonomiklik

Lambert (2003), ekonominin genellikle bir hikayedeki en büyük problem olduğunu belirtmiştir. Dijital bir hikayede görsel ve işitsel kelimelerin aşırı kullanımı izleyicinin sıkılmasına, hikayeyi takip etmekte zorlanmasına, dikkatinin dağılmasına ve hikayenin bakış açısından uzaklaşmasına neden olabilir (Göçen, 2014). Dijital bir hikayenin etkinliği, hikaye ve dijital unsurların anlamlı ve verimli bir şekilde sentezlenmesiyle elde edilir. Dolayısıyla bu unsurların aşırı ve gereksiz kullanımı hikayeyi etkili kılmakla kalmayıp hikayenin amacından sapmasına da neden olabilir. Bull ve Kajder (2004), Dijital Öyküleme Merkezi'nde uygulanan dijital öykünün iki ila üç dakikalık kısa öykülerden oluştuğunu belirtmişlerdir.

7) Ritim

Bu öge, bir hikayenin hızlı veya yavaş ilerlemesi ile ilgilidir. Başarılı bir hikayenin sırrının ritim olduğu düşünülür. Hikâyenin ritmi de seyirciyi veya dinleyiciyi hikâyeyi takip etme konusunda etkiler. Lambert (2003), hızlı temponun aciliyet, hareket, sinirlilik, öfke ve heyecan hissi vereceğini, yavaş temponun ise tefekkür, romantizm, rahatlama veya basit zevkler vereceğini belirtmiştir. Bu durumda anlatıcı, izleyicinin takip edemeyeceği kadar hızlı ve sıkılacağı kadar monoton bir ritim kullanmaktan kaçınmalıdır. Ritim, hikayenin içeriğine ve akışına göre şekillenmelidir. Hüzünlü ve neşeli hikayelerin hızının farklı olması gerektiği gibi, bir hikayede akışı farklı olan bölümlerin de farklı hızlarda ilerlemesi gerekir (Göçen, 2014).

h) Dijital Öyküleme Oluşturma Süreci

Dijital öykü anlatımı sürecinde izlenen adımların literatürde farklı sayı ve aşamalarda ele alındığı görülmektedir. Wang ve Zhan (2010), dijital hikaye oluşturma sürecinin iki temel adımdan oluştuğunu belirtmişlerdir: hikaye kompozisyonu ve teknoloji entegrasyonu. Öykü kompozisyonu, herhangi bir kompozisyonla aynı süreci takip eder. Bu adım, izleyici analizini, amacı, sesi ve tonu, hikaye için taslak fikirler üretmeyi, içeriği senaryo ile birleştirmeyi, hikayeyi gözden geçirmeyi ve düzenlemeyi içerir. Hikâye tamamlandığında, uygun teknoloji araçlarını kullanarak dijital halini alır. Robin (2016), öğrencilerin dijital hikayeler oluştururken Şekil 2'de gösterilen 12 adımı takip etmelerini önermektedir.





Şekil 2. Dijital öykü oluşturma adımları

1) Konunun seçilmesi

Konunun belirlenmesi bir anlamda dijital öykü için bir başlangıç noktasıdır (Yavuz-Konokman, 2015). Birlikte çalışacak öğrenciler beyin fırtınası ve işbirliği becerilerini kullanarak bir araya gelerek konuya karar verebilirler (Chung, 2006; Kieler, 2010). Konu seçiminde hedef kitlenin kim olduğu ve hikayenin hangi amaçla hazırlanacağı bilgilendirme, ikna etme, sorgulama gibi önemlidir (Robin, 2016).

2) Konu üzerine araştırma yapma

Öğrencilerin oluşturacağı dijital öyküler kişisel (yansıtıcı) türde olacaksa, senaryoyu yazmadan önce ana karakterin macerasını, yaşadığı olayları, problemlerini, problem çözümlerini ve sonucu içeren bir plan oluşturmak önemlidir (Jakes ve Brennan, 2005). Oluşturulacak dijital hikayenin eğitici (bilgilendirici) veya tarihi türde olması durumunda öğrencilerin senaryo taslağına geçmeden önce çevrimiçi ve basılı kaynaklardan konunun ana teması hakkında araştırma yaptıktan sonra planlama aşamasına geçmeleri önerilir (Lambert, 2010; Robin, 2016). Öğrenciler ayrıca internet üzerinden ulaştıkları görsel ve işitsel öğelerden de yararlanarak hikaye senaryolarını daha anlamlı hale getirirler. Araştırma yapılırken bu tür multimedya materyallerinin senaryo kurgusu ile uyumlu ve ilgi çekici olmasına özen gösterilmelidir (Yavuz-Konokman, 2015).

3) Senaryonun ilk taslağını yazma

Hikaye senaryosunu yazmanın dijital hikaye oluşturma sürecinin ana unsuru olduğu bilinmektedir (Robin ve McNeil, 2012). Senaryo yazma sürecinin de en çok zaman alan aşama olduğu belirtilmektedir (Robin, 2006). Süreç genellikle geleneksel yazı ile başlar. Senaryo taslağı, kişisel, didaktik veya tarihsel hikayenin türüne göre yazarın düşüncelerinin veya



Erasmus+

düzenlenmiş bilgilerinin kağıda aktarılması sürecidir (Robin ve McNeil, 2012). Hikâyeyi yazarken öğrencilerin çekinmeden bir şeyler yazabilmeleri ve kendi duygu, heyecan ve bakış açılarını yansıtabilmeleri önerilir (Demirer, 2013). Hikâyenin amacının açıkça belirtildiğinden ve perspektif içerdiğinden emin olmak için hikayenin ilk taslağını yüksek sesle okumak faydalı olacaktır. Ayrıca sadece birkaç dakikalık bir dijital hikaye olacağı için belirli bir problem veya konuya odaklanmak daha kaliteli bir dijital hikaye oluşturulmasına yardımcı olacaktır (Robin, 2016).

4) Senaryo ile ilgili geri bildirim alma

Bu adımda hikaye senaryosu başkalarıyla paylaşılır ve geri bildirim alınır. Öğrenciler senaryonun taslağını oluşturduktan sonra hikayelerini başkalarıyla paylaşır ve geri bildirim alırlar. Senaryo yazım sürecinde sürekli olarak revizyonlar yapılır (Bilici, 2021). İçeriğin gözden geçirilmesi aşamasında hikâyenin taslağı yazım kuralları, noktalama işaretleri ve anlam bütünlüğü açısından değerlendirilir. Öz değerlendirme, akran değerlendirmesi ve öğretmen değerlendirmesi doğrultusunda senaryoya yönelik geri bildirim ve düzeltmeler yapılabilir (Baki, 2015).

5) Senaryoyu düzenleme

Senaryo taslağında alınan geri bildirimler kullanılarak senaryoda düzeltmeler ve iyileştirmeler yapılır. Senaryo yazma yinelemeli bir süreç olduğundan, iyi sonuçlar elde etmek için birkaç deneme gerekebilir (Robin, 2016). Hikâyenin akıcılığı için öğrencilerin kendi kendilerine veya sınıf arkadaşlarına sesli okuyarak dönüt almaları önemlidir (Demirer, 2013). Öykünün taslak senaryosu son halini alana kadar geri bildirim ve düzeltmelere devam edilir. Taslak metin son halini aldığı anda, yazım sürecinden sonraki aşamalara geçilir (Bull ve Kajder, 2004).

6) Görüntü bulma, üretme ve ekleme

Dijital hikayelerde senaryonun etkisini artırmak ve daha anlamlı hale getirmek için görselleştirme kullanılır. Fotoğraflar, çizimler, küçük resimler, haritalar, çizelgeler ve daha fazlası için çevrimiçi arama araçları mevcuttur. Ayrıca öğrenciler kamera ile çekilmiş kendi fotoğraflarını da kullanabilirler (Robin, 2016; Robin ve McNeil, 2012)

7) Telif haklarına dikkat etme

Çevrimiçi materyal ararken Creative Commons lisanslarına sahip materyallerin seçilmesi önerilir (Robin, 2016). Ayrıca, çevrimiçi veya basılı kaynaklardan alınan diğer yazılı veya görsel materyaller için, kişilik haklarına saygı gösterilerek kaynağın belirtilmesi gerekir.

8) Öykü panosunu oluşturma

Bir öykü panosu dijital hikayeye dahil edilmesi planlanan tüm unsurların yazılı veya görsel bir özetidir. Senaryo kurgusunun dijital unsurlarla bir araya getirildiği bir zihin organizasyonu veya öykü panosu olarak da değerlendirilmektedir (Jakes ve Brennan, 2005; Kearney, 2009; Robin, 2016). Öykü panosu, sonlandırmadan önce dijital hikaye videosunu değiştirmeyi ve ona içerik





Erasmus+

eklemeyi kolaylaştırır. Büyük bir kağıt parçası üzerinde oluşturulabileceği gibi bazı yazılımlarla bilgisayarda da oluşturulabilir (Karakoyun, 2014). Dijital hikaye tasarım sürecinde hikayenin nasıl görüneceğini görselleştirmek ve videonun akış şemasını göstermek için öykü panosu oluşturulur (Lambert, 2010; Yavuz-Konokman, 2015). Öykü panosu oluşturma aşaması genellikle öğrencilerin atlamak istediği gereksiz ve sıkıcı bir adım olarak görülse de dijital hikaye anlatımı için gerekli bir unsur olarak kabul edilmektedir (Jakes ve Brennan, 2005).

9) Ses kayıtlarını oluşturma

Dijital öyküde içeriğe anlam ve derinlik katmak ve duygusal değeri artırmak için vurgu ve tonlamaya dikkat edilerek seslendirilmesi önemli bir yere sahiptir (Kajder ve Swenson, 2004). Öğrencilerin kendi sesleriyle etkili bir şekilde seslendirmeleri, hikayenin öğrenciler tarafından içselleştirilmesini sağlar ve hikayeye özgünlük ve duygusallık katar (Chung, 2006; Ohler, 2006). Bilgisayara bağlı harici bir mikrofon veya cep telefonlarında ve dizüstü bilgisayarlarda dahili bir mikrofon ses kaydı için kullanılabilir. Donanım bileşeninin yanı sıra Audacity gibi ses dosyaları üzerinde ses kaydı ve düzenlemeyi sağlayan yazılımlara da ihtiyaç duyulmaktadır. MS Photo Story 3 gibi bazı dijital hikaye oluşturma yazılımlarında yerleşik bir ses kayıt seçeneği bulunur. Ses kaydı sırasında kaliteli bir kayıt elde etmek için ortamın sessiz olması ve gerekli sayıda tekrarın yapılması önemlidir (Bilici, 2021).

10) Arka plan müziği ekleme

Hikayenin temasına uygun fon müziği eklenerek zenginlik katılabilir. Bunun için kullanılan yazılımdaki mevcut müzikler kullanılabilir veya "Jamendo.com" gibi çevrimiçi adreslerden indirilebilir (Robin, 2016). Dijital bir hikayeye müzik eklerken göz önünde bulundurulması gereken önemli bir nokta, arka plan müziğinin seslendirmeleri boğmamasıdır.

11) Dijital öyküyü oluşturma

Bu aşamada hikaye senaryosu, görseller, ses kayıtları ve fon müziği gibi bileşenler uygun bir yazılım ortamında bir araya getirilerek dijital hikaye oluşturulur. Bunun için MS Photo Story 3, Movie Maker, iMovie gibi yazılımlar veya Wevideo gibi web tabanlı video düzenleme yazılımları kullanılabilir (Robin ve McNeil, 2012). Bu yazılımlarda dijital hikaye oluşturulurken izlenen sıra çoğunlukla benzerdir. İlk olarak görüntüler programda öykü panosuna aktarılır. Seslendirme yazılım üzerinde yapılacaksa akış şemasındaki sahne sırası takip edilerek yapılır. Seslendirmeler harici olarak yapılıyorsa sahne sırasına göre dışarıdan yazılıma aktarılır. Dijital hikayeye başlık ekleme, fon müziği ekleme, görüntülere efekt verme, üzerine yazma, yazı tipi ve renk ayarlama gibi işlemler uygun bir sırayla gerçekleştirilir (Bilici, 2021).

12) Dijital öyküyü paylaşma

Oynanabilir video formatına getirilen dijital hikayenin son aşaması ise paylaşılmasıdır. Bunun için Youtube, Google Drive, MS OneDrive, Dropbox veya diğer sosyal medya ortamları kullanılabilir (Robin, 2016). Bunun dışında sınıf ortamında akranlarla da paylaşılabilir. Paylaşım sonucunda rubrik gibi bir araçla öz değerlendirme, akran değerlendirmesi ve öğretmen





Erasmus+

değerlendirmesi yapılarak dijital öyküye uygun dönüt ve düzeltmeler sağlanabilir (Robin ve McNeil, 2012). Dijital öykülerin internette veya sınıfta paylaşılmasının öğrencilerin birbirlerini anlamalarını kolaylaştırdığı belirtilmektedir (Jakes ve Brennan, 2005).

i) Dijital Öyküleme Araçları

Dijital öyküleme süreci, teknolojik donanım ve yazılımın birlikte kullanılmasını gerektiren aşamalı bir süreçtir. Dijital hikaye oluşturmak için uygulanan programların çoğu, herkesin dijital hikayeler oluşturabilmesi için çok az teknik bilgi ve altyapı gerektirecek şekilde tasarlanmıştır (Wang ve Zhan, 2010). Teknolojideki hızlı değişimler, dijital hikayeler oluşturmak için kullanılan yazılımların çeşitliliğini de artırıyor. Alismail (2015), Multimedia Builder, Hyperstudio, Movie Maker ve iMovie gibi araçlara odaklanmaktadır. Video, resim ve ses düzenleme yazılımlarının yanı sıra kamera, tarayıcı, ses kaydedici ve mikrofon gibi donanımlara da ihtiyaç duyulmaktadır (Bilici, 2021). Kullanılabilecek araçlar genel olarak üç kategoriye ayrılmaktadır: masaüstü ve dizüstü bilgisayarlara yüklenen yazılımlar, web üzerinden erişilen araçlar ve mobil cihazlardan erişilen uygulamalar (Baki, 2015; Robin, 2016; Robin ve McNeil, 2012). Bu en sık kullanılan araçlar Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Digital öyküleme araçları

Kanal	Yazılım
Bilgisayar programları	MS Photo Story 3, Windows Movie Maker, Adobe Premiere Elements, Ulead, MS PowerPoint, Imovie
Mobil uygulamalar	StoryKit, Storyrobe, iTalk, Fotobabble, iMovie for Ipad, Reel Director
Web araçları	Wevideo, Animoto, StoryBoardThat, Creaza, Prezi, VoiceThread, Meograph, StoryJumper, StoryBird, Toondoo, Slide.ly, Powtoon

Okulun sunduğu ücretli/ücretsiz yazılımlar, çalışma grubunun sınıf seviyeleri ve öğrencilerin bilgisayar becerileri, kullanılacak yazılımın seçiminde etkilidir. Örneğin MS Photo Story 3 yazılımı, kullanımının kolay olması ve ücretsiz olarak sunulmasıyla öne çıkar. MS Photo Story 3, durağan dijital görüntülerden hikayeler oluşturmak için özel olarak tasarlanmıştır ve her seviyeden öğrencinin kolayca kullanabileceği basit bir arayüze sahiptir. Bu yazılımda öğrenciler, fotoğraflarını tek tek içe aktarabilir ve düzenleyebilir, başlıklar ekleyebilir, anlatım kaydedebilir, arka plan müziği ekleyebilir, yakınlaştırma ve kaydırma için konumlar ayarlayabilir ve birkaç basit adımda görsel ve geçiş efektleri ekleyebilir. Dijital hikaye tamamlandığında, Windows Media Video (WMV) formatında kaydedebilir ve Windows Media Player gibi WMV dosyalarını oynatan herhangi bir programı kullanarak oynatabilir (Bilici, 2021).



j) Eğitim ve Dijital Öyküleme

Dijital Öyküleme, kendi hikayelerini yaratmakla görevlendirilen her yaştan ve sınıf seviyesindeki öğrenciler için güçlü bir eğitim aracı olabilir. Dijital öykülemenin bu kullanımı, öğrencilerin kendi hikayelerini araştırmaya ve anlatmaya başladıklarında, zengin, derin içeriği araştırmak için kütüphaneyi ve interneti kullanmayı öğrenirken, geniş bir yelpazede bilgi ve görüşleri analiz edip sentezlerken öğrencilerin yaratıcı yeteneklerinden yararlanır. Robin, 2006). Bu nesil için dijital hikaye anlatımı yöntemini kullanmak, halihazırda teknoloji ve bilgisayar kullanan öğrencilerin yaratıcı hikaye anlatıcıları olmalarını sağlar (Boase, 2008; Robin, 2008), çünkü onlar zaten 'dijital yerlilerdir' (Prensky, 2001).

1) Öğretmenler İçin

Dijital öykülemenin eğitimde kullanılabileceği sayısız yol vardır. Bu aracı müfredatta kullanmaya karar verirken verilecek ilk kararlardan biri, bir öğretmenin Dijital Öyküleri oluşturup oluşturmayacağı veya öğrencilerine yaptırıp yaptırmamasıdır. Bazı eğitimciler kendi hikayelerini yaratmaya ve yeni materyal sunmanın bir yolu olarak öğrencilerine göstermeye karar verebilirler. İlgi çekici, multimedya açısından zengin bir dijital hikaye, öğrencilerin dikkatini çekmek ve yeni fikirleri keşfetmeye olan ilgilerini artırmak için ileriye dönük bir set veya kanca olarak ayrılabilir.

Öğretmen tarafından oluşturulan dijital hikayeler, bir hikaye sunulan konular hakkında tartışmayı kolaylaştırmanın bir yolu ve soyut veya kavramsal içeriği daha anlaşılır hale getirmenin bir yolu olarak, daha büyük bir ünite içindeki mevcut dersleri geliştirmek için de kullanılabilir. Pek çok eğitimci, multimedya öğretimlerine entegre etmek için hala tutarlı bir plandan yoksun olsa da, giderek artan sayıda öğretmen, öğretimlerine görüntü, ses ve video öğeleri ekleyerek öğrencilerinin ilgisini çekmenin yollarını keşfetmekle ilgilenirler. Araştırmalar, öğretimde multimedya kullanımının öğrencilerin yeni bilgileri akılda tutmalarına yardımcı olduğu kadar zor materyalleri anlamalarına da yardımcı olduğunu göstermiştir. Böylece Dijital öyküleme eğitimcilere sınıflarında kullanmaları için güçlü bir araç sağlayabilir. Robin (2016), 12 adımlık bir süreç olan dijital öyküleme öğretmeye başlamak isteyen eğitimciler için bir kılavuz sunar.

Tablo 5. Eğitimciler için Dijital Öyküleme Rehberi (Robin, 2016)

Adımlar	Öneriler
Adım 1 Konunun Seçilmesi	Hikayenin amacını düşünerek başlayın. Bilgilendirmeye, ikna etmeye, kışkırtmaya, sorgulamaya mı çalışıyorsunuz? Seyirci kim?
Adım 2 Seçilen konunun araştırılması	Çevrimiçi arama motorlarını kullanabilirsiniz, ancak kütüphanenin de yararlı bir araştırma aracı olabileceğini unutmayın.

Tipik olarak yalnızca birkaç dakika uzunluğunda olan bir dijital hikaye için bir senaryo yazıyorsunuz. Belirli bir soruna veya konuya odaklanmak, daha iyi bir dijital hikaye



Erasmus+

oluşturmanıza yardımcı olacaktır.

Dijital hikayeniz benzersizdir. Bu sizin hikayeniz ve izleyiciler bunu sizin bakış açınızdan duymak isteyecektir. Hangi ayrıntıları başkalarıyla paylaşmak istediğinize karar vermek size kalmış olsa da, duygusal bir derinliğe ulaşmak için hikayedeki kişisel ayrıntıları bile ortaya koymanız gerekebilir.

Çoğu hikaye üç bölümden oluşur: başlangıç, orta ve son. Başlangıç, sahneyi kurduğunuz ve arsaya başladığınız yerdir. Başlangıç, sahneyi kurduğunuz ve kurguya başladığınız yerdir. Orta kısım, açıklamaya çalıştığınız konu veya sorun hakkında daha fazla ayrıntı verdiğiniz yerdir. Hikaye bir doruğa veya çözüme doğru inşa edilmelidir. Son, soruların çözüldüğü yerdir. Yeni bilgi seni daha güçlü yapacak mı? Şimdi daha büyük şeyler başarabilecek misin? Hayatında bundan sonra ne olacak? Bu sorular cevaplanacak ve yeni içgörüler ortaya çıkacak. Hikayenizin sonucu, tematik bir gidişat oluşturmak için başlangıca bağlanmalıdır.

Adım 3
Senaryonun ilk
taslağının yazılması

Bu, hikayeniz için sesli anlatım görevi görecektir. Yazdıklarını yüksek sesle okuyun. Hikayenin amacının açıkça ifade edildiğinden ve tanımlanabilir bir bakış açısı içerdiğinden emin olun.

Senaryo yazma
ipucu 1
Senaryonuzu küçük
ve odaklanmış tutun

Tipik olarak yalnızca birkaç dakika uzunluğunda olan bir dijital hikaye için bir senaryo yazıyorsunuz. Belirli bir soruna veya konuya odaklanmak, daha iyi bir dijital hikaye oluşturmanıza yardımcı olacaktır.

Senaryo yazma
ipucu 2
Kişisel olsun

Dijital hikayeniz benzersizdir. Bu sizin hikayeniz ve izleyiciler bunu sizin bakış açınızdan duymak isteyecektir. Hangi ayrıntıları başkalarıyla paylaşmak istediğinize karar vermek size kalmış olsa da, duygusal bir derinliğe ulaşmak için hikayedeki kişisel ayrıntıları bile ortaya koymanız gerekebilir.

Senaryo yazma
ipucu 3
Öykü gidişatını
anlayın

Çoğu hikaye üç bölümden oluşur: başlangıç, orta ve son. Başlangıç, sahneyi kurduğunuz ve arsaya başladığınız yerdir. Başlangıç, sahneyi kurduğunuz ve kurguya başladığınız yerdir. Orta kısım, açıklamaya çalıştığınız konu veya sorun hakkında daha fazla ayrıntı verdiğiniz yerdir. Hikaye bir doruğa veya çözüme doğru inşa edilmelidir. Son, soruların çözüldüğü yerdir. Yeni bilgi seni daha güçlü yapacak mı? Şimdi daha büyük şeyler başarabilecek misin? Hayatında bundan sonra ne olacak? Bu sorular cevaplanacak ve yeni içgörüler ortaya çıkacak. Hikayenizin sonucu, tematik bir gidişat oluşturmak için başlangıca bağlanmalıdır.

Adım 4
Senaryo için geri

Senaryonuzu başkalarıyla paylaşın ve onlardan hikayenizi daha net veya daha kullanışlı hale getirebileceğini düşündükleri şeyler hakkında size geri bildirimde bulunmalarını





Erasmus+

bildirim alma isteyin.

Adım 5 Senaryonun gözden geçirilmesi	Senaryonuzun sonraki sürümünü geliştirmek için aldığınız geri bildirimleri kullanın. Senaryo yazma yinelemeli bir süreçtir ve iyi sonuçlar elde etmek için birkaç deneme gerekir.
Adım 6 Görsel bulma, oluşturma ekleme	Google Görsel Arama gibi, özellikle görseller için bir çevrimiçi arama aracı kullanın. Fotoğrafları, çizimleri, küçük resimleri, haritaları, çizelgeleri ve daha fazlasını arayabilirsiniz. Kendi çektiğiniz fotoğrafları dijital kamera ile kullanabileceğinizi unutmayı
Adım 7 Telif haklarına saygı	Kamuya açık olan veya Creative Commons lisansına sahip olan materyalleri arayın.
Adım 8 Öykü panosu oluşturma	Öykü panosu dijital hikayeye dahil etmeyi planladığınız tüm unsurların yazılı veya grafiksel bir özetidir. Dijital hikayenizi oluşturmayı planlarken bir plan veya gelişmiş bir düzenleyici olarak hizmet eder. Storyboard'lar, değişiklik yapmak veya yeni içerik eklemek daha kolay olduğunda, hikayenizi oluşturulmadan önce görselleştirmenize yardımcı olabilir.
Adım 9 Ses kaydı ekleme	Akıllı telefonda yüksek kaliteli bir mikrofon veya ses kayıt uygulaması kullanmayı deneyin.
Adım 10 Arka plan müziği ekleme (tercihe bağlı)	Hikâyenin temasına uygun müzikler anlatımı tamamlayarak zenginlik katabilir. Çevrimiçi olarak Jamendo.com gibi telif hakkı olmayan müzikleri ücretsiz olarak sağlayan birçok harika site var.
Adım 11 Dijital öyküyü oluşturma	Dijital hikayenizi oluşturmak için kullanacağınız yazılım aracını seçin
Adım 12 Dijital öyküyü yayınlama	Share your digital story online at locations such as YouTube , Google Drive , Microsoft OneDrive , Dropbox , etc.

2) Öğrenciler için

Dijital öyküleme kendi hikayelerini yaratmaları öğretilen öğrenciler için de güçlü bir araç olabilir. Öğretmenleri veya diğer hikaye geliştiricileri tarafından oluşturulan örnek dijital hikayeleri izledikten sonra, öğrencilere önce bir konuyu araştırmalarının ve ardından belirli bir bakış açısı seçmelerinin istendiği ödevler verilebilir. Bu tür bir etkinlik, günümüz sınıflarında "dijital nesil" öğrenciler için ilgi, dikkat ve motivasyon oluşturabilir. Bu süreç, geniş bir içerik yelpazesini analiz edip sentezlerken zengin, derin içeriği araştırmak için kütüphaneyi ve interneti kullanmayı öğrenirken araştırmaya ve kendi hikayelerini anlatmaya başlayan öğrencilerin yaratıcı yeteneklerinden faydalanabilir. Ayrıca, dijital öykülerin oluşturulmasına katılan öğrenciler, fikirlerini organize etmeyi, soru sormayı, görüşlerini ifade etmeyi ve anlatılar oluşturmayı öğrenerek gelişmiş iletişim becerileri geliştirebilirler. Ayrıca, bir izleyici kitlesi için hikayeler oluşturmayı ve fikirlerini ve bilgilerini bireysel ve anlamlı bir şekilde sunmayı öğrenirken öğrencilere yardımcı olabilir.





Erasmus+

Buna ek olarak, dijital hikayeler çevrimiçi yayınlandığında, öğrenciler çalışmalarını akranlarıyla paylaşma ve duygusal zeka ve sosyal öğrenmede kazanımları teşvik edebilecek kendi ve diğer öğrencilerin çalışmalarını eleştirme konusunda değerli deneyimler kazanma fırsatına sahip olurlar. Dijital Öyküleme farklı öğrenme stillerine sahip öğrencilere hitap eder ve ayrıca öğrenciler gruplar halinde çalışabildiklerinde işbirliğini teşvik edebilir ve kişisel sahiplenme ve başarı yoluyla öğrenci deneyimini geliştirmede değer sağlar (Houston Üniversitesi, 2022).

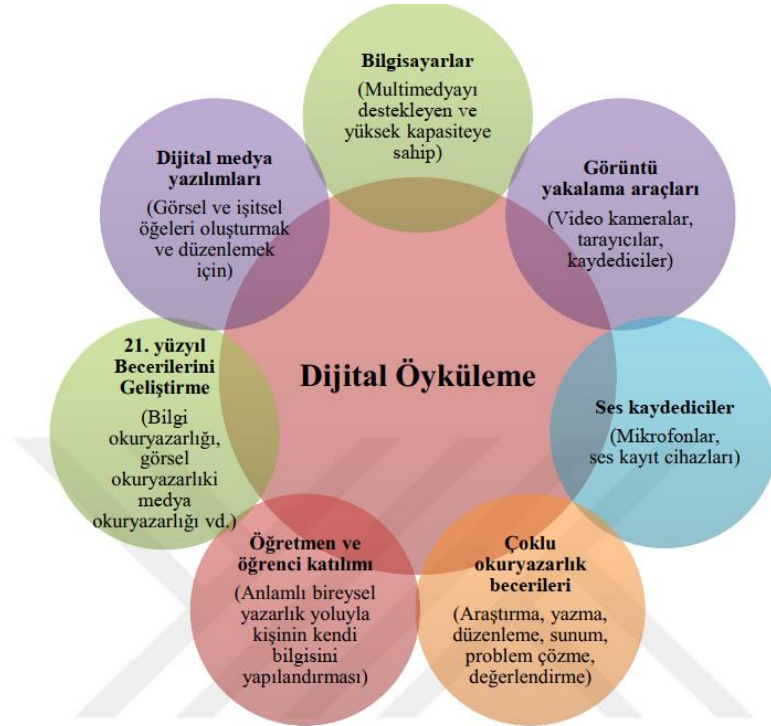
Okul Öncesi Eğitimi

Bugünün gençleri teknolojik açıdan daha bilgili hale geliyor ve bilgisayar ekranında gerçekleşen etkinliklerle giderek daha fazla meşgul oluyorlar. Çok küçük öğrenciler bile dijital hikayeler gibi bilgisayar tabanlı materyaller oluşturarak yanıt verir ve motive olurlar (Robin, 2016). Küçük yaştaki öğrencilerle dijital hikaye anlatımını kullanmanın güzel örnekleri için; Shelby-Caffey, Úboda ve Jenkins (2014) ile Foley'nin (2013) çalışmalarını inceleyebilirsiniz. Her iki araştırma da dijital hikaye anlatımı etkinliğine katılan öğrencilerin sınıfta daha iyi davrandıklarını, özgüvenlerinin arttığını ve öğrendikleri konulara daha fazla ilgi gösterdiklerini kanıtıyor.

Ortaöğretim ve Sonrası

Below, the figure 2 demonstrates the convergence of digital storytelling in education. Daha büyük öğrenciler için dijital hikaye anlatımı özellikle yapılandırmacı sınıf için çok uygundur çünkü burada bu öğrenciler bir hikaye konusu seçme, konu hakkında araştırma yapma, senaryo yazma, görüntü toplama, sesli anlatım kaydetme ve son hikayeyi oluşturmak için bilgisayar tabanlı araçları kullanma gibi çok yönlü deneyim yoluyla kendi anlamlarını inşa edebilirler. Sonuç, yalnızca öğrencinin araştırıp hayata geçirdiklerini değil, aynı zamanda deneyimden öğrendiklerini de zengin bir şekilde gösteren bir multimedya eseridir (Robin, 2016). Entelektüellik, kültürel ve yaratıcılık (Benmayor, 2008); kendilerini çevreleyen gerçekliği değerlendirmek ve ona ilişkin kendi yorumlarını üretmek (Gregori-Signs, 2014); öğrencilerin güvenini artırmak ve sosyal ve psikolojik becerilerini geliştirmek (Berk, 2009) ve alan bilgisi ile sosyal farkındalığı birleştirmek (Fletcher ve Cambre, 2009) dahil olmak üzere dijital öyküleme, öğrencileri çeşitli şekillerde güçlendirir. Aynı zamanda bir hikayede sunulan konular hakkında tartışmayı kolaylaştırmanın ve soyut veya kavramsal içeriği daha anlaşılır hale getirmenin bir yolu olarak mevcut dersleri daha büyük bir ünite içinde geliştirmek için öğretmen tarafından oluşturulan dijital hikayeler ortaöğretim ve lise sonrası eğitimde de kullanılabilir (Robin, 2008). Aşağıdaki Şekil 3, eğitimde dijital öykülemenin kümelenmesini göstermektedir.





Şekil 3. Eğitimde dijital öykülemenin kümelenmesi

Robin (2008), dijital hikaye anlatımı kullanımının öğrenciler için eğitimde ne tür kapasiteleri güçlendirdiğine dair bir fikir vermektedir.

- Dijital okuryazarlık—sorunları tartışmak, bilgi toplamak ve yardım aramak için sürekli genişleyen bir toplulukla iletişim kurma yeteneği;
- Küresel okuryazarlık—mesajları küresel bir perspektiften okuma, yorumlama, yanıtlama ve bağlamsallaştırma kapasitesi
- Teknoloji okuryazarlığı—öğrenmeyi, üretkenliği ve performansı geliştirmek için bilgisayarları ve diğer teknolojileri kullanma becerisi;
- Görsel okuryazarlık—görsel imgeler aracılığıyla anlama, üretme ve iletişim kurma yeteneği;
- Bilgi okuryazarlığı—bilgiyi bulma, değerlendirme ve sentezleme yeteneği.

k) Yetişkin Eğitiminde Dijital Öyküleme

Dijital öyküleme üzerine önceki araştırmalar, esas olarak çocuklar ve gençlere odaklanmıştı, ancak yetişkin eğitiminde nasıl kullanıldığı hakkında çok az şey biliyoruz (Prins, 2016). Rossiter ve Garcia (2010) kavramsal çerçevenin yetişkin öğrenmesi, anlatsal öğrenme ve dijital öykülemeden anahtar kavramların birleştiği noktada ortaya çıkmaya başladığını belirtmektedir. Yetişkin eğitiminde anlatı yoluyla öğrenmenin bir bakış açısı olduğu gibi, dijital öykülemede de eğitim teknolojisini içeren anlatı eğitiminde bir yöntem olduğuna inanıyorlar. Buna göre yaşanmış deneyim, anlatım ve ses hem yetişkin eğitiminde hem de dijital öykülemede temel unsurlardır. Yerleşik operasyonel hedeflere bağlı olarak ters yüz öğrenme, dijital öyküleme ve



Erasmus+

blok zincirinin kasıtlı ve yeterli uygulaması, yetişkin eğitiminin kanıtlanmış ilkelerine dayanarak öğrenme sürecinin dinamiklerini değiştirme şansı sağlar (Tomczyk vd., 2016).

Genelde bu konuyla ilgili çocuk ve gençler üzerinde çalışılırken, Prins (2017), GED® (Genel Eğitim Geliştirme) sınıfları, ESL (İkinci Dil Olarak İngilizce), yetişkin okuryazarlığı ve aile okuryazarlığı gibi yetişkin temel eğitim ve okuryazarlık (ABEL) programlarında dijital öykülemenin potansiyeline ve kullanım yöntemlerine ışık tutar. Yetişkin eğitiminde, dijital öyküleme sosyopolitik analiz ve okuryazarlık öğrenimini kolaylaştırmak için çizimler ve fotoğraflar kullanan Freire'nin (ve Boal'ın) problem oluşturma eğitimiyle bağlantılıdır. Prins (2017) dijital öykülemenin ABEL öğrenenler için neden çok uygun olduğunu açıklıyor; erişilebilirdir, çoklu bilgi biçimlerini harekete geçirir, ses geliştirmek ve sosyal eylemde bulunmak için yeni yollar sağlar ve nesiller arası öğrenmeyi ve etkileşimi teşvik eder.

It was stated that various skills in Figure 3 showed improvement in students who participated in the digital storytelling process (Robin, 2006). Yansıtıcı, aktif, özgürleştirici ve eğlenceli öğrenme potansiyeli nedeniyle, dijital öykülemenin sınıfta birçok yenilikçi yönü ile hem bir öğretme aracı hem de bir öğrenme aracı olarak kullanıldığı bilinmektedir (Wang ve Zhan, 2010). Öğrenciler kendi dijital hikayelerini oluştururken, çeşitli bilişsel, kişilerarası, organizasyonel ve teknik becerileri kullanmalarını gerektiren bütünlük bir öğretim etkinliği ile karşılaşır (Dreon ve diğerleri, 2011). İçerdiği yapılandırmacı öğrenme görevlerinin, geleneksel ve yeni okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesinden duygusal faydalara kadar çok çeşitli öğrenme çıktılarını iyileştirebileceği vurgulanmaktadır (Kearney, 2009). Dijital öyküleme sürecine katılan öğrencilerde Tablo 6'daki çeşitli becerilerin gelişme gösterdiği belirtilmektedir (Robin, 2006).

Tablo 6. Dijital Öyküleme Süreciyle Geliştirilen Beceriler

Araştırma Becerileri	Hikaye için ilgili bilgileri bulma ve analiz etme
Yazma becerileri	Bir bakış açısı oluşturma ve bir senaryo geliştirme
Organizasyonel Beceriler	Projenin kapsamını, kullanılan malzemeleri ve görevi tamamlamak için gereken süreci yönetme
Teknolojik Beceriler	Dijital kameralar, tarayıcılar, mikrofonlar ve multimedya geliştirme yazılımı gibi çeşitli araçları kullanmayı öğrenme
Sunum Becerileri	Hikayeyi izleyiciye en iyi nasıl sunacağına karar verme
Mülakat Becerileri	Görüşme için kaynak bulma ve sorulacak soruları belirleme
Kişilerarası Beceriler	Bir grup içinde çalışma ve grup üyeleri için bireysel yollar belirleme
Problem Çözme Becerileri	Projenin başından sonuna kadar tüm aşamalarında kararlar almayı ve engellerin üstesinden gelmeyi öğrenme
Değerlendirme Becerileri	kendinizin ve başkalarının çalışmalarını eleştirebilme

Clark ve Rositer (2008), öğrenenler kendi yaratımlarının yaratıcıları olduğunda öğrenenin deneyimlerinin yaratımlarına yansıdığını belirtir. Hikayelerimizin yaratılması yoluyla öğreniriz. Bu şekilde "deneyimlerimizi anlamlandırabiliriz". Bunun nedeni, dijital öykü oluşturma uygun bir öğrenme ortamının varlığına dayanmasıdır. Dijital öykülemenin pedagojik yaklaşımı





Erasmus+

da davranışçılık unsurlarına sahiptir, çünkü davranış kalıpları öğrenme motivasyonuna ve uygun bir öğrenme ortamının varlığına dayanmaktadır. Ayrıca öğrenme nesnesini yeniden düzenlemek ve dönüştürmek için eylem yoluyla öğrenmenin önemini ortaya koyan “Keşif Öğrenme” modelleri de dijital öykü oluşturma ile ilgilidir (Bruner, 1961). Bu nedenle, dijital öyküleme, öğrenme motivasyonunu artıran ve işbirliğini geliştiren harika bir öğrenme aracıdır. Öğrenciler dijital hikayeler kurgulayarak yaratıcılıklarını geliştirebilirler (Ohler, 2008). Ayrıca, dijital öyküleme, bilgi toplama ve analiz süreci yoluyla araştırma becerileri, senaryo oluşturma yoluyla yazma becerileri, proje yönetimi ihtiyacı yoluyla organizasyon becerileri gibi ek becerilerin gelişimini tetiklemek için uygun bir pedagojik yaklaşımdır. Problem çözme, sunum ve değerlendirme becerileri de geliştirilebilir (Robin, 2011). Son olarak, Dijital hikayelerin yaratıcıları, ilgili araçları kullanarak teknolojik beceriler geliştirirler. Sonuç olarak, insanlar hikayeler yaratırken, kendileri ve öğrenme nesnesi arasındaki etkileşim yoluyla yeni bilgiler inşa edebilirler. Yukarıdakilerin tümü, dijital öykülerin inşasının yetişkin eğitiminde artırıcı bir öğrenme faktörü olabileceği hipotezimizi desteklemektedir (Knowles, 1980).

1) Dijital Öyküleme ve Yetişkin Eğitimi Araştırmaları

Kallinikou ve Nicolaidou (2019), yetişkinlerin dijital öykülemeye katılımı (etkileşimli bir öğrenme ortamı tarafından desteklenen) ile yabancı dil öğrenirken konuşma becerileri ve motivasyonları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yabancı dil olarak Yunanca öğrenmeye yeni başlayan, bir kontrol diğeri deney grubu olmak üzere 20 kişilik Ruslarla (n = 40) çalışmışlardır. Sonuçların analizi, yalnızca deney grubunun motivasyonunda istatistiksel olarak anlamlı bir artış gösterdi. Bulgular, etkileşimli bir öğrenme ortamıyla desteklenen dijital hikaye anlatımının yetişkinlerin yabancı dilde konuşma becerilerinin gelişimini desteklediğine ve motivasyonlarını artırdığına dair bir gösterge sunmaktadır.

Karanasiou ve diğerlerinin (2021) çalışması, öğrencilerin dijital öykülerin yaratıcısı olmaları koşuluyla, yöntemin yetişkin eğitimindeki etkisini inceleme girişimidir. Ek olarak, mevcut araştırma, öğrencilerin Çalışma Belleği ile dijital öykülemenin öğrenme performansları üzerindeki etkisi arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik bir girişimdir. Araştırma bir kamu mesleki eğitim enstitüsünde yapılmıştır. Bulgular, dijital öykülemenin yetişkin eğitiminde öğrencilerin performansını artırabilecek etkili bir öğrenme aracı olduğunu ortaya koydu. Ayrıca bulgular, yöntemin diğerlerine göre daha yüksek işleyen bellek oranlarına sahip öğrenenlerde daha etkili olduğunu göstermektedir.

Prins'in (2016) makalesi, İrlanda kırsalında bir aile okuryazarlığı programı tarafından düzenlenen ve bir ilkokulda ebeveynlere sunulan bir dijital öyküleme sınıfını analiz etmektedir. Veri kaynakları, dersi bitiren velilerin (n = 3) aldıkları notları, röportajlar ve dijital hikayelerini içeriyordu. Janks'in eleştirel okuryazarlığın karşılıklı bağımlılık modeli, sınıfın gücü, erişimi, çeşitliliği ve tasarımı nasıl birleştirdiğini analiz etmek için kullanıldı. Sınıf, ideoloji eleştirisine girmede veya egemen teknolojilerin, dillerin ve okuryazarlıkların kökenlerini veya sonuçlarını analiz etmedi (yani, tahakküm olarak gücü araştırmadı). Ancak sınıf teknolojik bilgi ve becerileri sundu; ebeveynlerin çeşitli bilgilerini, dillerini, yaşam deneyimlerini ve kimliklerini onayladı ve katılımcıları dijital hikayelerini tasarlamaları ve yaymaları için donattı. Çalışma, aile





Erasmus+

öğrenimi ve yetişkin eğitiminde çok modlu kompozisyon kullanma olasılıklarını vurgulamaktadır.

Hewson ve diğerleri (2015), Sosyal Hizmet öğrencilerine beş günlük bir dijital öyküleme kursu sunarak, ev temalı hikayelerle ilgili hikayeleri paylaşan yaşlı yetişkin hikaye anlatıcıları ile üç günlük bir atölye çalışmasını entegre etti. Dijital öyküleme deneyimini ve nesiller arası bir ortamda öğrenmeyi keşfeden bir kurs değerlendirmesi yapıldı. Kursun sonunda öğrencilere ve hikaye anlatıcılarına dağıtılan anketlerden elde edilen bulgular, öğrencilerin Dijital öyküleme ve uygulamasına yönelik bilgi ve ilgilerinin arttığını ortaya koydu. Bu yenilikçi kurs, öğrencileri gerontolojik uygulamaya daha iyi hazırlamak için nesiller arası öğrenme fırsatları ve dijital öykülemenin gelecekteki sosyal hizmete ve yaşlanmayla ilgili kurslara dahil edilmesini dikkate alarak öğrencilerin öğrenme deneyimlerini geliştirdi.

Bir sonraki araştırma tıp alanına aittir (Wieland vd., 2017); ancak dijital hikaye anlatımı tekniği kullanıldığı için oldukça ilgi çekicidir. Bu pilot fizibilite projesinin amacı, tip 2 diyabetli (T2DM) göçmenler ve mülteciler için toplum temelli katılımcı araştırma (CBPR) yaklaşımıyla tasarlanan dijital hikaye anlatımı müdahalesinin potansiyel etkinliğini incelemektir. Müdahale, bir giriş, 4 hikaye ve bir sonuç eğitim mesajından oluşan, kültürel ve dilsel olarak uyarlanmış 12 dakikalık bir videoydu. 5 birinci basamak klinik merkezinde T2DM'li 25 katılımcı (15 Latino, 10 Somali) arasında müdahaleyi kabul edilebilirlik, ilgi düzeyi ve kullanılabilirlik açısından değerlendirmek için yapılandırılmış bir görüşme kullanıldı. Videoyu izledikten sonra, katılımcılar müdahale sonucunda T2DM'yi yönetme konusundaki güvenlerini ve motivasyonlarını derecelendirdiler. Başlangıç A1C ve takip değerleri (6 aya kadar) tıbbi kayıtlardan alınmıştır. Tüm katılımcılar müdahalenin dikkatlerini çektiğini, ilginç olduğunu ve faydalı olduğunu bildirdiler; %96'sı videoyu izlemeden önce T2DM'lerini yönetme konusunda kendilerine daha fazla güvendiklerini ve %92'si videonun kendilerini T2DM öz yönetimiyle ilgili belirli bir davranışı değiştirmeye motive ettiğini bildirdi. Birincil bakım ortamlarında göçmen nüfuslar arasında T2DM için dijital öyküleme müdahalesinin uygulanması uygulanabilir ve sağlıklı T2DM öz-yönetim davranışlarıyla ilişkili psikososyal yapılarda kendi kendini değerlendiren iyileşme ile sonuçlandı ve glisemik kontrolde iyileşme olduğuna dair bazı kanıtlar vardı. Müdahalenin büyük ölçekli bir etkinli olduğu ortaya çıktı.

Şahin-Konaş'ın (2021) dijital ebeveynlik yetkinliğini ortaya çıkarmayı ve farkındalık yaratmayı amaçlayan yüksek lisans tez araştırması, dijital hikaye etkinliklerinin dijital ebeveynlik üzerindeki etkilerinin ebeveynlerin dijital ebeveynlik tutumları üzerindeki etkilerini inceledi. Araştırmanın çalışma grubunu, Batı Karadeniz Bölgesi'ndeki bir ilde yaşayan ve farklı sosyo-demografik özelliklere sahip, çocukları ilk ve ortaöğretim okullarında Bilim ve Sanat Merkezi'nde öğrenim gören 40 ebeveyn oluşturmaktadır. Dijital öykü etkinlikleri ile süreç sonrasında deney grubundaki ebeveynlerin dijital ebeveynlik tutumları artmıştır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre hikaye geliştirme gibi tasarım temelli öğretim etkinlikleri ebeveynlerin dijital ebeveynlik farkındalığının gelişmesine katkı sağlamaktadır.





Erasmus+

Kaynaklar

- Alexander, B. and Levine, A. (2008) Web 2.0 storytelling. Emergence of a new genre. *EduCAUSE Review*, 43, 40-56.
- Alismail, H. A. (2015). Integrate digital storytelling in education. *Journal of Education and Practice*, 6(9), 126-129.
- Arslan, P. Y. (2013). Preparation and use of digital story for educational purposes: a sample science education application based on tpack. Yelken, T.Y., Tokmak, H. S., Özgelen, S., İncikabı, L. (Editors), *Instructional Designs Based on Technological Pedagogical Content Knowledge in Science and Mathematics Education*, 105-128, Anı Publishing, Ankara.
- Assessment and Teaching of 21st-century Skills. (2012). *What are 21st-century skills?* Melbourne, Australia: Author
- Baki, Y. (2015). *The effect of digital stories on the writing process of sixth grade students*. Master Thesis. Atatürk University.
- Benmayor, R. (2008). Digital storytelling as a signature pedagogy for the new humanities. *Arts and Humanities in Higher Education* 7(2), 188-204.
- Berk, R. A. (2009). Teaching strategies for the net generation. *Transformative Dialogues: Teaching & Learning Journal*, 3(2), 1-23
- Bilici, S. (2021). *The effect of dig.tal story on the academic achievement, critical thinking tendencies, collaborative organization and story fielding skills of high school students*. Doctorate Thesis. Atatürk Üniversitesi.
- Boase, K. (2008). *Digital storytelling for reflection and engagement: A study of the uses and potential of digital storytelling*. Retrieved February 12, 2022 from <http://resources.glos.ac.uk/tli/lets/projects/pathfinder/index.cfm>.
- Brener, K. (2014). Digital Stories: A 21st-Century Communication Tool for the English Language Classroom. *English Teaching Forum*, 1, 22-29.
- Bruner, J. (1987). Life as narrative. *Social Research*, 54(1), 11-32
- Bruner, J.S. (1961). The act of discovery. *Harvard Educational Review*, 31, 21-32
- Bull, G. & Kajder, S. (2004). Digital storytelling in the language arts classroom. *Learning & Leading with Technology*, 32(4), 46-49
- Chung, S. K. (2006). Digital storytelling in integrated arts education. *The International Journal of Arts Education*, 4(1), 33-50





Erasmus+

Clark, M.C. & Rossiter, M. “Narrative learning in adulthood”. In S. B. Merriam (ed.), Third Update on Adult Learning Theory. *New Directions for Adult and Continuing Education*, No. 119. San Francisco: Jossey-Bass.

Demirer, V. (2013). *The use and effects of e-story in primary education*. Master Thesis. Necmettin Erbakan University.

Dreon, O., Kerper, R. M.& Landis, H. (2011). Digitalstorytelling: A tool for teaching and learning in the Youtube generation. *Middle School Journal*, 42(5), 4-9.

Esther Prins. (2017) Digital storytelling in adult basic education and literacy programming. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 154, 29-38

Fletcher, C., & Cambre, C. (2009). Digital storytelling and implicated scholarship in the classroom. *Journal of Canadian Studies*, 43(1), 109-130.

Foley, L. M. (2013). *Digital storytelling in primary-grade classrooms* (Unpublished doctoral dissertation), Arizona State University.

Göçen, G. (2014). *The effect of digital storytelling method on students' academic success and learning and study strategies*. Master Thesis. Muğla University.

Gregori-Signes, C. (2008). Integrating the old and the new: Digital storytelling in the EFL language classroom. *Revista Para Profesores de Inglés*, 16(1), 43-49.

Grisham, T. (2006). Metaphor, poetry, storytelling and cross-cultural leadership. [Research paper]. *Management Decision*, 44(4), 486-503

Halifeoğlu, Ö. H (2018). *A new way to tell stories: Digitalstorytelling for corporate startups*. Master thesis. Bahçeşehir University.

Heo, M. (2009). Digital storytelling: An empirical study of the impact of digital storytelling on preservice teachers' self efficacy and dispositions towards educational technology. *Educational Multimedia and Hypermedia*, 18(4), 405-428.

Hewson, J., Danbrook, C., Sieppert, J. (2015). *Engaging post-secondary students and older adults in an intergenerational digital storytelling course*. *Contemporary Issues in Education Research*, 8(2), 135-142

Hull, G., & Katz, M. L. (2006). Crafting an Agentive Self: Case Studies in Digital Storytelling. *Research in the Teaching of English*, 41, 43-81.

Jakes, D. S., & Brennan, J. (2005). Capturing stories, capturing lives: An introduction to digital storytelling. Retrieved January, 16, 2011.

Kajder, S., & Swenson, J. A. (2004). Digital images in the language arts classroom. In the curriculum: Language arts. *Learning & Leading with Technology*, 31(8)





Erasmus+

Kallinikou, E., & Nicolaidou, I. (2019) Digital storytelling to enhance adults' speaking skills in learning foreign languages: A case study. *Multimodal Technologies and Interaction*, 3(3).

Karakoyun, F. (2014). *Examining the opinions of pre-service teachers and primary school students about digital storytelling activities created in the online environment*. Master Thesis. Anadolu University,

Karanasiou, K., Drosos, C., Tseles, D., Piromalis, D., & Tsotsolas, N. (2021). Digitalstorytelling as a teaching merhod in adult education, the correlation between its effectiveness and working memory. *European Journal of Education Studies*, 8(12), 288-298.

Kieler, L. (2010). A reflection: trials in using digital storytelling effectively with the gifted. *Gifted Child Today*, 33(3), 48-52.

Knowles, M.S. (1980). *The modern practice of adult education*. New York: Cambridge,

Lambert, J. (2006). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community* (2nd ed.). Berkelay, CA: Digital Diner Press.

Lambert, J. (2013). *Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community*. (4th edition). Routledge, New York.

Lambert, J., (2010). *Digital storytelling cookbook* (3rd ed.) [DX Reader version].

Lantz, J. L., Myers, J., & Wilson, R. (2020). Digital storytelling and young children: Transforming learning through creative use of technology. In *Handbook of Research on Integrating Digital Technology with Literacy Pedagogies* (pp. 212-231). IGI Global.

Larson, L. C. & Miller, T. M. (2011) 21st century skills: Prepare students for the future, *Kappa Delta Pi Record*, 47(3), 121-123,

Malita, L. & Martin, C. (2010). Digital Storytelling as web passport to success in the 21st Century. *Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 3060-3064.

Miller, L. C. (2010). *Make me a story: Teaching writing through digital storytelling* [DX Reader version]. books.google.com

Ohler, J. (2008). *Digital storytelling in the classroom: New media pathways to literacy, learning, and creativity*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press

Ohler, J. (2008). *Digital storytelling in the classroom: New media pathways to literacy, learning, and creativity*. Corwin Press, Thousand Oaks, CA.

Ohler, J. B. (2013). *Digital storytelling in the classroom: New media pathways to literacy, learning, and creativity* (2nd ed.). Corwin Press.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon* MCB University Press, 9(5).



Erasmus+

Prins, E. (2016). Digitalstorytelling in adult education and family literacy: A case study from rural Ireland. *Learning, Media and Technology*, 42(3), 308-323.

Rance-Ronet, J. (2008). Digital storytelling for language and culture learning. *Essential Teacher*, 5(1), 29–31

Riesland, E. (2005) Visual literacy in the classroom. *New Horizons for Learning*. <http://www.newhorizons.org/strategies/literacy/riesland.htm>(Retrieved October 17, 2022)

Robin, B. B. (2008) Digital storytelling: A Powerful technology tool for the 21st century classroom, *Theory Into Practice*, 47(3), 220-228.

Robin, B. R. (2011).*The educational uses of digital storytelling*. University of Houston.

Robin, B. R. (2016). The power of digital storytelling to support teaching and learning. *Digital Education Review*, (30), 17-29.

Robin, B. R., & McNeil, S. G. (2012). What educators should know about teaching digital storytelling. *Digital Education Review*, 37-51.

Rossiter, Marsha and Garcia, Penny A. (2010). "Digital Storytelling in Adult Education: Toward a Conceptual Framework," Adult Education Research Conference. <https://newprairiepress.org/aerc/2010/papers/67>

Saavedra, A. R., & Opfer, V. D. (2012). Learning 21st-Century skills requires 21st-century teaching. *Phi Delta Kappan*, 94(2), 8–13.

Shelby-Caffey, C., Úbédá, E., & Jenkins, B. (2014). Digital storytelling revisited: An educator's use of innovative literacy practice. *The Reading Teacher*, 68(3), 191–199.

Smeda, N., Dakich, E. & Sharda, N. (2014). The effectiveness of digital storytelling in the classrooms: a comprehensive study. *Smart Learning Environmenti* 1(6)

Şahin-Konaş, Z. (2021). *The examination of the effects of digital story development on digital parenting and technology usage attitude*. Master thesis. Bartın University.

Tenh, H. K., Shiratuddin, N. & Harun, H. (2012). *Core elements of digital storytelling from experts' perspective*. Conference: Knowledge Management International Conference (KMICe). 10.13140/RG.2.1.4832.3043.

Tomczyk, L., Otelere, S. S., Puentes, A., Sanches-Castillo, G., Munoz, D., Şimsek, B. Akyar, Ö. A., & Demirhan, G. (2019). *Flipped learning, digital storytelling as new solutions in adult education and school pedagogy*. Conference: Proceedings of the 8th International Adult Education Conference

Tsou, W., Wang, W., & Tzeng, Y. (2006). Applying a multimedia storytelling website in foreign language learning. *Computers & Education*, 47, 17-28.



Erasmus+

Tucker, G. (2006). First person singular: The power of digital storytelling. *Screen Education*, 42, 54–58

Wagner, T. (2008). *The global achievement gap: Why even our best schools don't teach the new survival skills our children need — and what we can do about it*. New York, NY: Basic Books

Wang, S., & Zhan, H. (2010). Enhancing Teaching and Learning with Digital Storytelling. *Int. J. Inf. Commun. Technol. Educ.*, 6, 76-87.

Wieland, M. L., Njeru, J. W., Hanza, M. M., Boehm, D. H., Singh, D., Yawn, B. P., Patten, C. ...& Sia, I. G. (2017). Pilot feasibility study of a digital storytelling intervention for immigrant and refugee adults with diabetes. *The Diabetes Educator*, 43(4), 349–359.

Yavuz-Konokman, G. (2015). *The effect of creating digital stories based on research-based learning approach on teacher candidates' resistance behaviors and learning approaches*. Master Thesis. Mersin University.

Yılmaz, R. & Cığerci, F. M. (2018). A brief history of storytelling. In book: *Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies*. IGI-Global

Yoon, T. (2013). Are You Digitized? Ways to Provide Motivation for ELLs Using Digital Storytelling. *International Journal of Research Studies in Educational Technology*, 2(1), 25-34.

Yuksel, P., Robin, B. & McNeil, S. (2011). Educational uses of digital storytelling all around the world. In M. Koehler & P. Mishra (Eds.), *Proceedings of SITE 2011--Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (pp. 1264-1271).





Erasmus+

Bölüm 4

Dijital Öyküleme

Materyalleri İçin Daha Fazla

Teknik Bilgi





Erasmus+

Dijital hikayenizi geliştirmek için teknik seçimleriniz önemlidir. Bu dördüncü bölümde, dijital bir hikayede kullanılacak görüntü, ses ve video için şu teknik detayları tartışacağız:

1. Fotoğraf becerilerinizi nasıl geliştirebilirsiniz?
2. Fotoğraf düzenleme programları
3. Ekran görüntüsü nasıl alınır
4. Video düzenleme programları
5. Videolara ses ekleme

Fotoğraf Becerilerinizi Nasıl Geliştirebilirsiniz?

Fotoğraflar, basit bir hareketsiz görüntüden çok daha fazlasıdır. Özel veya günlük olayları ve duyguları yakalarlar ve resme her baktığınızda size bunları hatırlatırlar. Eski bir fotoğraf albümünü gözden geçirin ve hemen harika tatillere, arkadaşlarınız ve ailenizle rahat günlere ve unutmuş olabileceğiniz diğer özel anlara geri döneceksiniz. Bir fotoğraf çekmek uzun sürmez ve daha sonra yıllarca keyfini çıkarabilirsiniz. Doğanın güzelliğini sonsuza kadar yakalamak için açık hava yürüyüşü veya bisiklet yolculuğu sırasında birkaç fotoğraf çekin.

Dijital bir hikaye anlatıcısı olarak kamera elbette en iyi arkadaşınızdır. Hareketli resimler yapmanın yanı sıra kendi çektiğiniz fotoğrafları da kullanabilirsiniz. Bu alt bölüm, bazı basit ipuçları ve püf noktaları ile daha da iyi bir fotoğrafçı olma yolunda size yardımcı olacaktır.

a) Akıllı Telefonunuzla Nasıl Fotoğraf Çekilir - Adım Adım

1) Lensinizi temizleyin

Cep telefonunuzu kullanmaya başlamadan önce lensinizdeki tüm kiri ve parmak izlerini silin. Fotoğraf makinenizin merceğinde toz olmadan çok daha net fotoğraflar çekeceksiniz. Doğru yönde ilk adım.

2) Görüntüye odaklanmak için ekrana dokunun

Telefonunuzun kamerası genellikle en yakın nesneye odaklanır, ancak bazen farklı bir noktaya odaklanmak isteyebilirsiniz. Odaklanmak istediğiniz ekrana dokunun, görüntü otomatik olarak ayarlanır.

3) Dijital yakınlaştırma ile yakınlaştırma yapmayın

Çoğu telefonun dijital yakınlaştırması vardır, ancak yakınlaştırmak için kullanmamak en iyisidir. Nesneyi gerçekten yakınlaştırmak yerine yalnızca görüntüyü büyütürler. Bu, fotoğrafı grenli yapar ve bu da fotoğrafı çok daha az güzel yapar. Yakınlaştırmak yerine özneye kendiniz yaklaşmayı seçin.





Erasmus+

4) Telefonunuzu düz tutun

Fotoğrafınızda ufku her zaman düz olduğundan emin olun. Çarpık bir fotoğraf bazen hoş bir etki yaratabilir, ancak bunu yalnızca ufku olmayan fotoğraflar için yapın. Aksi takdirde fotoğraf çok huzursuz olacaktır.

5) İyi bir ışığınızın olduğundan emin olun

İyi fotoğraf çekmek istiyorsanız ışık çok önemlidir. Karanlıkta cep telefonuyla harika fotoğraflar çekmek neredeyse imkansız ve gri kış günlerinde harika fotoğrafları unutabilirsiniz. Bu yüzden güneşli, aydınlık günlerden yararlanın. Güneş sabah yeni doğduğunda veya gün batımından hemen önce, en iyi fotoğrafları çekebilirsiniz. İç mekanda fotoğraf çekiyorsanız, arkanızdaki ışıkla fotoğraf çekmeniz önemlidir. En iyi etkiyi bu verir. Dışarıdaysanız, bazen güneşe bakarak fotoğraf çekmek güzel olabilir. Bu şekilde deneyin.

6) Kameranızın fonksiyonlarını öğrenin

Bazı telefonların kameralarıyla özel işlevleri vardır. Örneğin, bazı telefonlar kameranın beyaz dengesini ayarlamana izin verir. Çevrimiçi bilgi arayarak, kılavuzu okuyarak veya sadece bazılarını deneyerek kameranızın tüm özelliklerini keşfedin. Tüm özellikleri öğrendikten sonra, harika sonuçlar elde etmek çok daha kolay.

7) Flaşı kapatın

Güzel bir fotoğraf çekmek istiyorsanız, kameranızın flaşını kapatmanız daha iyi olur. Karanlıktaki fotoğraflar, flaş kullandığınızda bile çok parlak çıkmıyor. Bunun yerine gün içinde flaşsız ve aydınlık bir ortamda fotoğraf çekin.

8) Bir fotoğraf düzenleme uygulaması kullanın

(VSCO cam, instagram, afterlight)

Farklı fotoğraf düzenleme uygulamalarıyla denemeler yapın. VSCO cam, Instagram ve Afterlight gibi ücretsiz uygulamalar, oyun oynamak için mükemmeldir. Farklı efektler deneyin ve fotoğraflarınızı olduğundan daha güzel hale getirin.

9) Telefonunuzu sabit tutun

Çok basit görünüyor, ancak birçok fotoğraf sallayarak mahvoluyor. Fotoğraf çekerken telefonunuzu mümkün olduğunca hareketsiz tutmaya çalışın. Telefonunuzu iki elinizle tutun ve kollarınızı vücudunuza yakın tutun. Bu şekilde telefonu sabit tutabilirsiniz.

10) Pratik, pratik pratik!

En önemli ipucu, pratik yapmaya devam etmektir. Sonuçta, bir şeyde iyi olmanın yolu budur. Yürüyüşlerinizde ve bisiklet gezilerinizde fotoğraf çekin, evinizdeki her şeyi kaydedin, ailenizin ve arkadaşlarınızın fotoğraflarını çekin vb.



b) Fotoğrafınızdaki kompozisyonlar

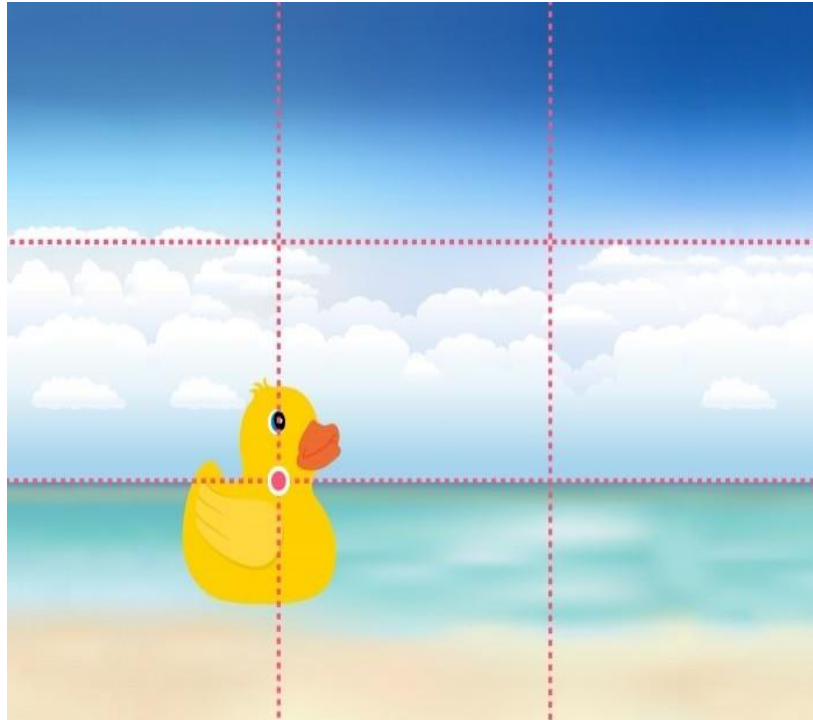
İyi bir kompozisyonun zor olması gerekmez. Çoğu fotoğraf için kompozisyon, arkasındaki teknikten çok daha önemlidir. Hangi ayarı kullanırsanız kullanın (gerekirse kamerayı otomatikte bırakın), doğru kompozisyon fotoğrafınızı daha ilginç hale getirecektir.

Kompozisyon, görüntüyü seçme şeklinizdir. Kulağa olduğundan daha karmaşık geliyor. Sadece kameranızın vizöründen (veya ekrandan) bakın ve gördüğünüzün göze hoş geldiğinden emin olun. Bunu basit şeylere dikkat ederek yapabilirsiniz.

Örneğin, **nesnenizi çerçevenin ortasına yerleştirmeyin. Arka plana dikkat edin;** Nesnenizden 'çıkan' hiçbir ağaç, insan veya diğer rahatsız edici unsurlar olmadığından emin olun.

Bir başka yararlı ipucu, **çektiğiniz şeyle aynı yüksekliği korumaktır.** Çocukları veya evcil hayvanları fotoğraflıyorsanız bu önemli bir kuraldır. Yere yatın ve fotoğrafınız çok daha iyi olacak. Gerçekten görüldüğü kadar karmaşık değil.

Üçler kuralı da başarılı kompozisyon için faydalı bir başlangıç noktasıdır. Görüntüyü hem yatay hem de dikey olarak üç alana (iki çizgi) bölün. Kompozisyonunuzu oluştururken, konunuzun bu çizgilerin kesiştiği bir noktaya geldiğinden emin olun.





Erasmus+

Kamerayı yalnızca birkaç santimetre hareket ettirerek bir fotoğrafın kompozisyonunu büyük ölçüde iyileştirebileceğinizi bilmek önemlidir. O halde şunu deneyin; biraz ileri geri hareket edin ve hareketinizin arka planı nasıl etkilediğini görün.⁴

Oh ve kurallar çiğnenmek için vardır. Her zaman kurallardan sapabilirsiniz, bu genellikle özel fotoğraflarla sonuçlanabilir! Deneyin!

Bakış açısı

Fotoğrafınızın bakış açısı, her zaman düşünmediğiniz bir şeydir, ancak nihai sonuç üzerinde büyük bir etkisi vardır. Çoğu zaman ayakta iken fotoğraf çekmek için can atıyoruz ama sonunda aynı tür fotoğraflarla karşılaşılıyorsunuz. Bundan nasıl kaçınabilirsiniz? Bakış açılarınızı değiştirmenin fotoğraflarınız üzerinde ne gibi etkileri olabileceğini size basitçe açıklayacağız.

c) Bakış Açısı ve Perspektif Tam Olarak Ne Anlama Gelir?

Fotoğrafınızın bakış açısı, basit bir ifadeyle, 'Fotoğrafın çekildiği yer' anlamına gelir. Yani fotoğrafın çekildiği fiziksel konumdur. Bir fotoğrafın seçilen bakış açısı, bir fotoğrafçı olarak sizin hakkınızda çok şey söyleyebilir. Belirli bir durumu nasıl gördüğünüzü ve bunu resimlerinize nasıl yansıtmak istediğinizi yansıtır. "Bakış açısı" terimini "perspektif" terimiyle karıştırmayın. Perspektif derken, bir fotoğraftaki belirli görsel unsurları vurgulayan derinlik derecesini kastediyoruz. Seçilen bakış açısı, izleyicileri görüntü aracılığıyla ana konuya yönlendirir. Terimler birbirinden çok farklı değildir ve aslında birbirinin uzantısıdır. Her iki terim de bir fotoğrafçı olarak dünyaya nasıl baktığınızı ve fotoğraflarınızda kendinizi nasıl ayırt etmek istediğinizi yansıtır. Fotoğrafınızdaki bakış açısı, resimlerinizdeki atmosferin önemli bir belirleyicisidir. Aynı konuya farklı bir bakış açısı tamamen farklı bir atmosfer yaratabilir.

⁴ https://www.photofacts.nl/fotografie/rubriek/tips_en_truiks/10_tips_voor_beginnende_fotografen.asp





Fotoğraf: MaxterBurg.

Kurbağa perspektifi ve kuş perspektifi

Fotoğrafta sıklıkla kullanılan iki perspektif, kurbağa perspektifi ve kuş perspektifidir. Bu bakış açılarını birbirinin karşılığı olarak görebilirsiniz çünkü aslında zıt görüntüler üretirler.

Bir şeyi aşağıdan fotoğrafladığımızda buna kurbağa perspektifi deriz çünkü bu bakış açısından dünyayı sanki bir kurbağanın bakış açısından görürsünüz. Aşağıdan bir şey fotoğraflayarak, görüntünün daha güçlü, daha büyük ve daha etkileyici görünmesini sağlayabilirsiniz. Bir kurbağanın bakış açısından fotoğraf çektiğinizde, sanki nesnenize bakıyormuşsunuz gibi olur. Fotoğrafınızdaki ufuk, bu bakış açısında oldukça düşük veya aşırı bir durumda fotoğrafınızın altında bile olacak ve böylece görülecek bir ufuk kalmayacak. Manzara fotoğrafçılığı ve mimari fotoğrafçılıkta bu bakış açısını sıklıkla bulacaksınız. Manzara fotoğrafçılığında ön planda küçük bir nesneyi büyütmek istediğinizde çok işe yarar. Binaların daha da büyük ve etkileyici görünmesini istediğinizde mimari fotoğrafçılıkta da işe yarar. Konuya ne kadar yakın durursanız ve bakış açısı ne kadar düşükse, perspektifin etkisi o kadar aşırı olur.



Fotoğraf: ronab.



Fotoğraf: renewolf.

Bu perspektif sadece manzara ve mimari fotoğrafçılığı için değil, aynı zamanda portreler veya hayvan fotoğrafçılığı üzerinde de büyük bir etkiye sahip olabilir. Geçmişteki büyük liderlerin fotoğraflarına baktığınızda, genellikle düşük bir noktadan tasvir ediliyorlardı. Bunun nedeni, düşük bakış açısının otorite, hakimiyet ve liderlik etkisine sahip olmasıdır. Hayvanlar söz konusu olduğunda, bu bakış açısının özellikle komik bir etkisi vardır, çünkü hayvanınızın burnu resimde genellikle büyüktür, bu da hayvanınızın resimden size doğru geliyormuş gibi görünmesini sağlar.

Kurbağa perspektifinin tersi kuş perspektifidir. Kuş bakışı denir çünkü dünyayı gökyüzündeki bir kuşun bakış açısından görürsünüz. Bir fotoğrafçı olarak, şimdi fotoğrafını çektiğiniz şeye yukarıdan bakıyorsunuz. Fotoğrafınıza netlik, ferahlık ve özgürlük hissi vermek istiyorsanız bu perspektif doğru bir seçimdir.



Fotoğraf: mycreativity.

Bir fotoğrafçı olarak, şimdi modelinize yukarıdan bakıyorsunuz. Fotoğrafınıza netlik, ferahlık ve özgürlük hissi vermek istiyorsanız bu perspektif doğru bir seçimdir. Kuş bakışı, fotoğraflar üzerinde yabancılaşmış ama güzel bir etkiye sahiptir. Dünyayı genellikle bu açıdan görmeyiz, bu yüzden bazı olağanüstü görüntüler üretebilir. Bu yüksek seyir noktası ile ufkunuz fotoğrafınızın en üstünde veya aşırı bir durumda tamamen üstünde olacaktır. Her şeyi daha büyük gösteren kurbağa perspektifinden farklı olarak, bu bakış açısıyla denekleriniz gerçekte olduğundan daha küçük görünecektir. Kuş bakışı hakkında genellikle düşünülen şey, fotoğrafı her zaman yüksek bir yerden çekmeniz gerektiğidir. Ancak durum böyle değil. Aynı etkiyi dik durursanız ve örneğin ayaklarınızdaki küçük çiçekleri fotoğraflarsanız alırsınız. Model, yerde dururken yukarıdan fotoğraflayabileceğiniz kadar büyükse, bu da kuş bakışı ile kaplıdır. Bu perspektif genellikle manzara ve röportaj fotoğrafçılığında kullanılır.

Kuş bakışı görünümünü geliştirmek ister misiniz? Kameranızı dik olarak aşağıya doğru tutmayı deneyin. Bunu örneğin bir sıcak hava balonundan, bir köprüden veya yüksek bir balkondan yapın. Bu, dünyanın düz ve gerçek dışı bir görüntüsünü yaratır. Ayrıca kameranızı bir tripod üzerine kurabilir ve bir uzaktan kumanda kullanabilirsiniz. Bu, kameranızı dik olarak eğmenize olanak tanır ve kenardan uzağa asmak zorunda kalmazsınız. Kalabalığın veya çitin üzerinden çekmek istediğinizde de kullanışlıdır. Dikey efekti geliştirmek ister misiniz? Fotoğraflarınıza belirgin bir şekilde gölgeler veya daire, kare veya üçgen gibi temel şekiller ekleyin. Kuşbakışı görünümü daha az uç bir şekilde kullanmak istiyorsanız, fotoğraflarınızda daha uzamsal bir etki yaratmak için yüksek bir kum tepesinin veya tepenin üzerinde durun veya bir ağaca tırmanın.



Fotoğraf: Pdreuning

Göz hizası

Fotoğrafını çektiğiniz nesne ile aynı yükseklikte olduğunuzda göz hizasında çekim yapmış olursunuz. Bu perspektif, kurbağa perspektifi ile kuş perspektifi arasındadır. Bunu iyi yapmak istiyorsanız, göz seviyesinin üzerindeki tüm konuların ufkun üstünde ve göz seviyesinin altındaki her şeyin ufkun altında olduğundan emin olmalısınız. Bu fotoğraflarda ufkun oldukça merkezi olduğunu göreceksiniz. Bu perspektif en çok manzara fotoğrafçılığında görülür, ancak portreler ve hayvan fotoğrafçılığında da çok güzel olabilir. Bu bakış açısı, fotoğraftaki modelle gerçekten bağlantı kuruyormuşsunuz gibi, ilgili, sıcak ve samimi bir etki sağlar. Çok yüksek veya çok düşük bir bakış açısı kullanırsanız, insanların veya evcil hayvanların portre fotoğraflarınız hayal kırıklığı yaratabilir. Göz seviyesinden çekim yapmayı deneyin. Sonuçlarda anında olumlu bir değişiklik göreceksiniz.



Fotoğraf: patrickbrinksma.

Ekipman seçimi

Farklı bakış açılarının yanı sıra ekipman seçiminiz de bakış açısının etkisini artırabilir. Örneğin, kullandığınız lens konusunda bilinçli bir seçim yapın. 50 mm'lik bir 'standart lens', insan gözünün görüş alanına oldukça iyi yaklaşıyor. Basın fotoğrafçıları, izleyicileri haberlerle daha fazla meşgul ettikleri için genellikle bu lensleri kullanırlar. Geniş açılı bir lens ise görüş alanını genişletir. Görüntülerinizin alanını ve genişliğini artırır ve fotoğrafınızda konunuz bozulur veya küçülür. Bu videoda geniş açılı lens ile 'normal' kit lens arasındaki net farkı görebilirsiniz. Telefoto lens kullanmak, gerçeğe yakınlaşmak anlamına gelir. Bir telefoto lens ile gerçekliği daraltır ve büyük resimdeki belirli bir öğeye odaklanırsınız. Bu, fotoğrafınızdaki belirli bir konuyu vurgulamanıza ve daha belirgin hale getirmenize olanak tanır. Bu nedenle lens seçiminiz kurbağa veya kuş perspektifini daha da geliştirebilir. Fotoğraflarınızda daha fazla genel bakış ve alan mı istiyorsunuz? Geniş açılı bir lens kullanın. Samimi bir görüntü oluşturmak ister misiniz? Ardından öznenize yaklaşmak için kısa bir telefoto lens kullanın.



Fotoğraf: EdwinMooijaart.

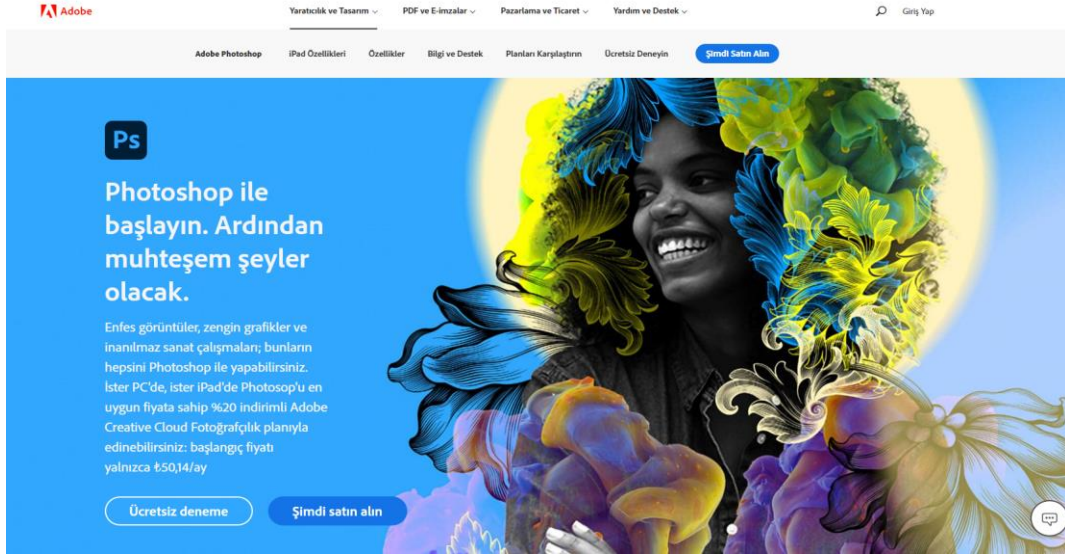
Elbette belirli pozisyonları veya ekipmanları kullanmanın bir kuralı yoktur. Sizin için en iyi olanı deneyin ve farklı bakış açılarıyla çalışmaya cesaret edin. Geniş açılı bir lensle çekilmiş bir portrenin etkisini ve telefoto lensten uçsuz bucaksız bir manzaranın nasıl görüldüğünü deneyin. Fotoğraflarınızdaki farklı bakış açıları şaşırtıcı görüntüler üretebilir ve bu da sizi fotoğrafçılıkta öne çıkarır. Bu yüzden yeni bir şey denemekten korkmayın, bu sizi sadece daha iyi yapacaktır!

Fotoğraf Düzenleme Programları

İyi bir fotoğraf, düzenleme süreciyle güzelleşir veya bozulur. İlk bakışta mükemmel görünse de, genellikle bir fotoğrafı iyileştirmek için hala çok yer vardır. Örneğin aydınlatmayı, kırmızı gözleri, istenmeyen ayrıntıları vb. düşünün. Bir fotoğrafı güzel bir son ürün haline getirmek başlı başına bir yetenektir ve çoğu zaman atlanır.

Ancak ücretsiz bir fotoğraf düzenleme programının kullanımı ile bu çok kolay ve hiçbir zaman fotoğrafınızı daha yüksek bir seviyeye çıkaracaksınız. İster başlangıç seviyesinde olun, ister ileri düzey bir fotoğrafçı olun, fotoğrafınızı çevrimiçi düzenlemek hiç bu kadar kolay olmamıştı. Farkına bile varmadan, profesyonel olacak ve kendi fotoğrafçılık web sitenizi oluşturacaksınız. İşte 5 örnek:

a) Adobe Photoshop Express



Mobil fotoğraf düzenleme için idealdir.

Adobe Photoshop Express, telefonunuzdaki, tabletinizdeki veya PC'nizdeki fotoğrafları düzenlemenin kolay bir yoludur. Bu ücretsiz fotoğraf düzenleme programı, yeni başlayanlara veya hızlı düzenlemeler için kaliteli bir yazılım arayan kişilere yöneliktir.

Uygulamaya kolayca erişilebilir ve birçok seçenek sunar. Fotoğraf düzenleme için standart araçların çoğu mevcuttur. Kontrast ve parlaklığı iyileştirebilir, fotoğrafları döndürebilir, perspektif ekleyebilir ve her türlü efekti ekleyebilirsiniz. Daha sonra bir fotoğrafı ayarlamak ister misiniz? Adobe Photoshop Express'te yapılan tüm ayarlamaları istediğiniz zaman geri alabilirsiniz. Adobe'nin fotoğraf düzenleme yazılımının Express sürümü ayrıca bir 'süsleme' kategorisi içerir. Bu, metin eklemenize ve özelleştirilebilir kolajlar oluşturmanıza olanak tanır.

Bu nedenle Adobe Photoshop Express, fotoğrafları düzenlemek için basit bir uygulama arayan kişiler için idealdir. Çevrimiçi Photoshop gibi daha profesyonel bir yazılım arıyorsanız, daha fazlasını aramalısınız.

Adobe Photoshop Express'in Avantajları:

Gelişmiş filtreler, minimalist arayüz, profesyonel sonuçlar.

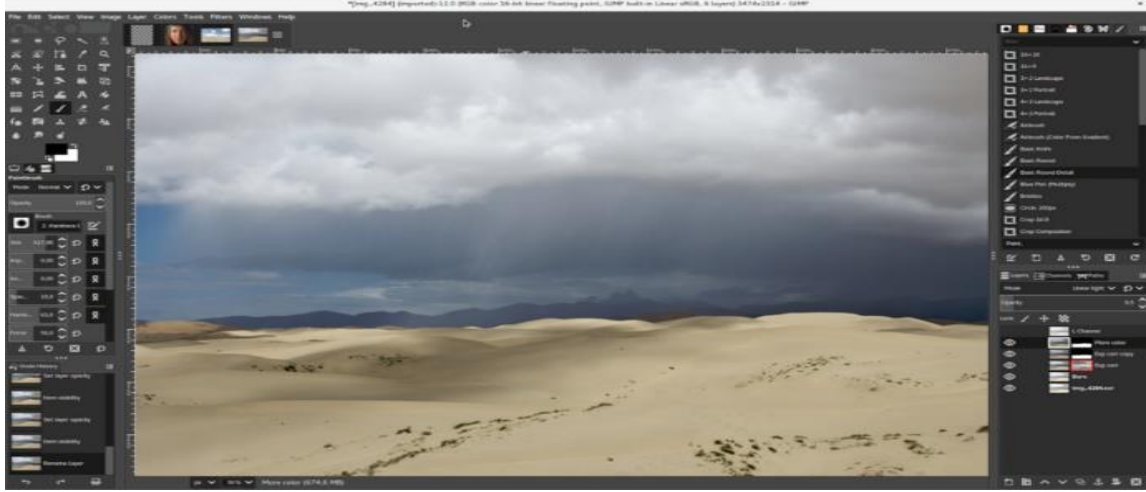
Adobe Photoshop Express'in Dezavantajları:

Sadece JPG olarak çıktı alınabilir, Flash üzerinde çalışır, sınırlı araçlar.

Birlikte kullan:

Web ve mobil (iOS, Android, Windows).

b) GIMP



İleri düzey kullanıcılar için idealdir.

GIMP genellikle mevcut en iyi ücretsiz fotoğraf düzenleme programı olarak kabul edilir. Yazılım, temel eylemlerden profesyonel işlevlere kadar çok çeşitli araçlar içerir. İleri düzey kullanıcılar için en uygun olmasına rağmen, yeni başlayanlar için de çok yararlı olabilir. Bunlara seçim ve düzenleme araçları, kırpma, renk ayarı ve otomatik görüntü iyileştirme dahildir. Daha deneyimli kullanıcılar, yeniden boyutlandırma, yüz değiştirme, hareketli gifler, katman maskeleri ve eğriler gibi araçlardan keyif alacaklardır.

Tüm bu kapsamlı özelliklerle GIMP, örneğin çevrimiçi Photoshop'a ücretsiz bir alternatiftir. Ayrıca, arayüz tamamen özelleştirilebilir ve ücretsiz olarak eklenebilecek çok sayıda eklenti var. Gerekli ilham için bu profesyonel fotoğrafçılık portföy örneklerine bakarak mükemmel ücretsiz fotoğraf düzenleme programını aramaya başlayın.

GIMP'nin Avantajları:

Profesyonel araçlar ve özellikler, açık kaynak programı, geliştiriciler için destek.

GIMP'nin Dezavantajları:

Dik öğrenme eğrisi, mobil sürüm yok, karmaşık arayüz.

Birlikte kullan:

Yalnızca masaüstü (Linux, OS X, Windows).

c) Paint.NET



The screenshot shows the Paint.NET website. At the top, there are logos for the Turkish National Agency and Erasmus+. The main header features the Paint.NET logo and a search bar. Below the header, there are several sections: a list of recent updates and news items, a section for downloading the latest version (4.3.10) in various languages, a call to action to support the project via PayPal, a Windows Store link, and a 'DİĞER BİLGİ' (Other Information) section with links to social media and a FAQ page.

Yeni başlayanlar ve sınırlı cihazlar için idealdir.

Paint.NET, Microsoft Paint'in yerine Amerikalı bir öğrenci tarafından oluşturuldu. Bu, insanları yüksek sonuçlara sahip, kullanımı kolay ücretsiz bir fotoğraf düzenleme programıyla tanıştırmaktı.

Program net bir arayüze sahiptir ve her şeyin nasıl çalıştığını anlamak için çok fazla zaman harcamak istemeyen yeni başlayan kullanıcılar için mükemmeldir. Ayrıca Paint.NET'in daha az güçlü cihazlarda kullanımı kolaydır. Yine de parlaklık, kontrast, renk tonu, eğriler, seviyeler, katmanlar, gradyanlar ve sınırsız geri alma gibi çok sayıda fotoğraf düzenleme aracı sunar. Ayrıca, daha gelişmiş özelliklere erişebilirsiniz. Görüntüleri yeniden oluşturmak için 3D döndürme/yakınlaştırma aracını düşünün. Bu nedenle, bir fotoğrafı çevrimiçi olarak düzenlemek, Paint.Net ile çocuk oyuncağıdır.

Paint.Net'in Avantajları:

Yavaş cihazlar için ideal olan sezgisel arayüz, geçmişe tam erişim.

Paint.Net'in Dezavantajları:

Sınırlı araçlar, diğer alternatiflerden daha az güçlü, gelişmiş özellikler yok.

Birlikte kullan:

Yalnızca masaüstü (Windows).

d) *Pixlr Editor*



Profesyonel düzeyde çevrimiçi fotoğraf düzenleme için idealdir.

Pixlr Editor, ücretsiz bir fotoğraf düzenleme programı olarak çok popülerdir ve bu da sebepsiz yere değildir. Birçok olasılık, bir görüntüyü açtığınız anda başlar. Pixlr Editor ile cihazınızdan, bir URL'den veya hatta doğrudan Facebook'tan bir resim açabilirsiniz. Bu, fotoğraf çekmediğiniz zamanlarda bile mevcut fotoğraflarınızı/fotoğraflarınızı yeni amaçlarla düzenlemenize olanak tanır.

Bu yazılımın arayüzü Adobe'nin Editörüne benzer ve birçok profesyonel özelliğe sahiptir. Pozlama, seviyeler, otomatik geliştirme araçları, gelişmiş renk seçiciler, özelleştirilebilir fırçalar, katmanlar ve maskeler; hepsini orada bulacaksınız. Pixlr Editörünün bir dezavantajı, Flash gerektirmesidir; Adobe'nin yakında desteklemeyi bırakacağı bir eklenti. Pixlr bu nedenle gelişmiş düzenleme araçlarına sahip ücretli bir sürüm geliştirdi. Ödeme yapmak istemiyorsanız, Pixlr X'i seçebilirsiniz (aşağıda açıklanmıştır).

Pixlr Editörünün Avantajları:

Güçlü özellikler, indirme gerektirmez, çok sayıda yükleme seçeneği.

Pixlr Editor'ün Dezavantajları:

Toplu düzenleme seçeneği yok, reklam görüntüler, Flash gerekli.

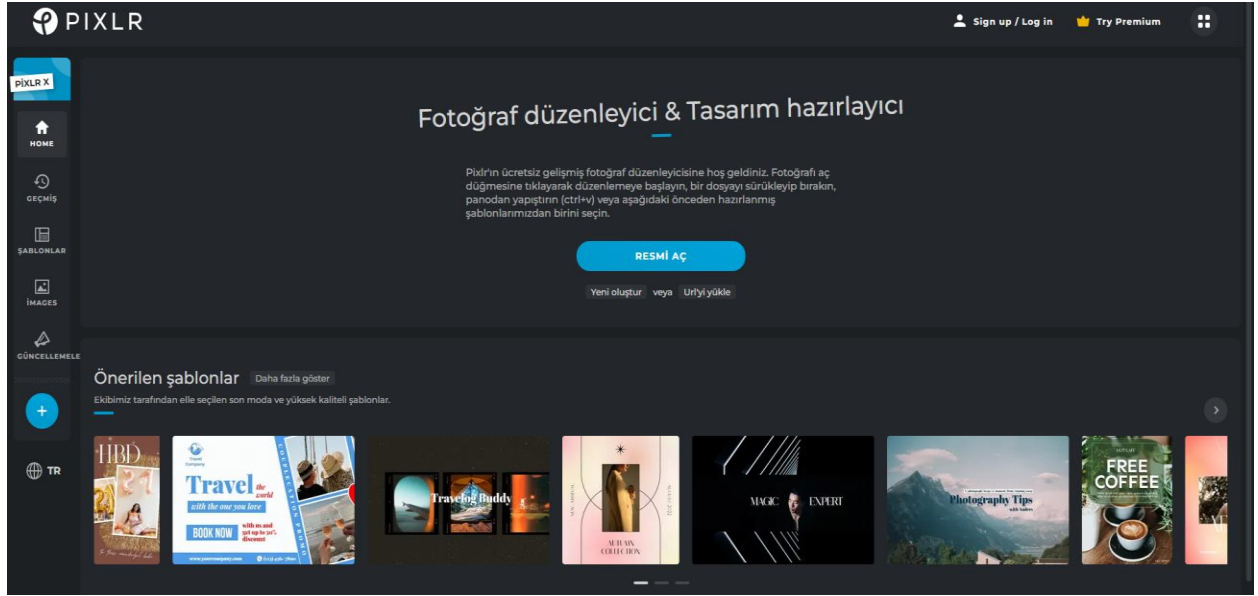
Birlikte kullan:

Web ve mobil (iOS, Android)



Erasmus+

e) Pixlr X



Hızlı online düzenleme için idealdir.

Yukarıda okuyabileceğiniz gibi, bu yazılım Pixlr Editor'ün halefi olarak geliştirilmiştir. Flash platformundan HTML platformuna geçmiştir. Fotoğraf düzenleme programı, önceki sürümle aynı tasarıma sahiptir ve tüm temel düzenleme ihtiyaçlarınızı karşılayan araçlara odaklanır. Ayrıca istenmeyen öğeleri kaldırmanıza ve beyaz dengesini ayarlamanıza olanak tanır. Ayrıca, ek araçlarla portre fotoğrafçılığınızı bir üst seviyeye çıkarabilirsiniz.

Genel olarak, Pixlr X yeni başlayanlar ve profesyonel olmayan fotoğrafçılar için iyi bir programdır. Daha gelişmiş araçlar arayanlar, Pixlr X bu özelliklerle gelişene kadar Pixlr Editor'da kalsa iyi olur.

Pixlr X'in Faydaları:

Tek tıkla düzenlemeler, basit arayüz, indirme gerektirmez.

Pixlr X'in Dezavantajları:

Sınırlı araçlar, gelişmiş özellikler yok, Pixlr Editor'dan daha az güçlü.

Birlikte Kullanım:

Web ve Mobil (iOS, Android)



Ekran Görüntüsü Nasıl Alınır?

Kendi dijital hikayenizi oluşturma sürecinde ekran görüntüsü almanız faydalı olabilir. Bu sayede kendi ekranınızda gördüğünüz bilgileri doğrudan dijital hikayenizde paylaşabilirsiniz. İşte size yolunuzda yardımcı oluyoruz:

İlk önce ekran görüntüsünün nasıl görünmesi gerektiğine karar verin. Tüm ekranınızın bir ekran görüntüsünü ister misiniz? Bir pencerenin veya programın ekran görüntüsüne mi ihtiyacınız var? Yoksa ekranınızın bir bölümünü seçip ekran görüntüsünü almak mı istiyorsunuz?

a) Print Screen Tuşu ile Ekran Görüntüsü Alma

Tüm ekranınızın veya pencerenin bir bölümünün ekran görüntüsünü almak ister misiniz? Bu 3 adımı izleyin.

1. Adım: Print Screen tuşunu bulun

Mavi çerçeveli olan Print Screen tuşudur.

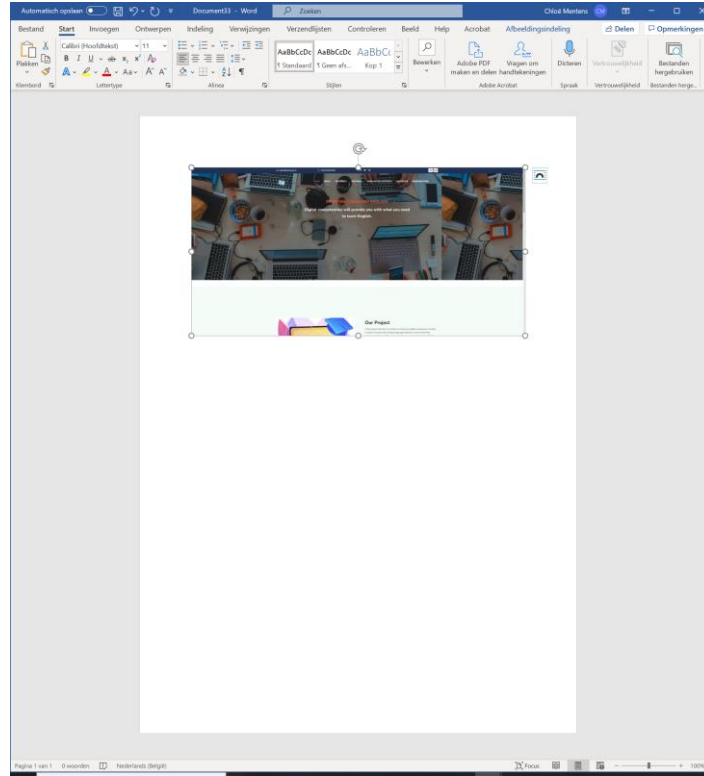
Klavyede, PrtScn (Print Screen'in kısaltması) veya Print Screen yazan anahtarı bulun. Genellikle bu, klavyedeki ok tuşlarının üzerindeki tuşlardan biridir. Ekranın ekran görüntüsünü almak için Print Screen tuşuna basmanız yeterlidir. Print Screen mavi mi? Ardından Fn ve Print Screen tuşlarına aynı anda basın. Hiçbir şey olduğunu görmeyeceksiniz, ancak ekran görüntüsü şimdi alındı.



2. Adım: Ekran görüntüsünü bir metin dosyasında kullanma

Ekran görüntüsünü bir metin dosyasına yapıştırın.

Ekran görüntüsünüz bir metin dosyasında mı kullanılacak? O zaman dosyayı açın ve ekran görüntüsünün alınmasını istediğiniz konuma tıklayın. Şimdi klavyenizin sol alt kısmındaki Kontrol tuşunu basılı tutun ve ardından 'V' tuşuna basın. Ekran görüntüsünüz şimdi dosyanızda görünecek.

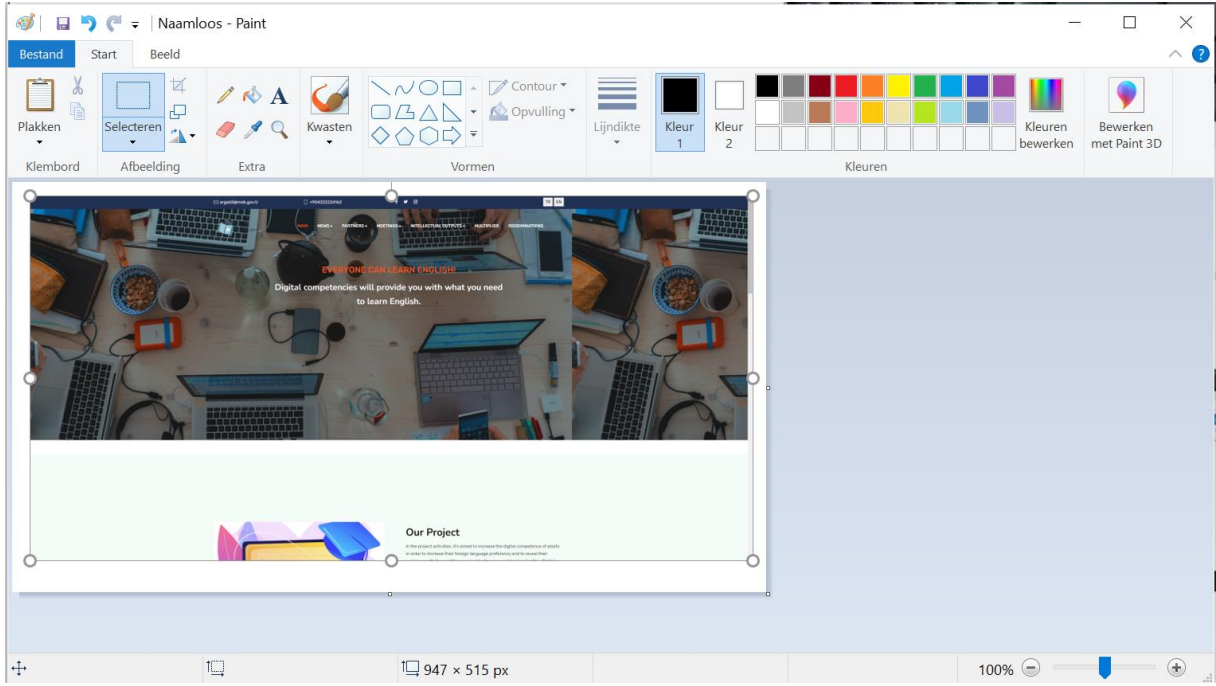


3. Adım: Ekran görüntüsünü kaydedin

Ekran görüntüsünü kaydedin.

Ekran görüntüsünü sabit diskinize kaydetmek istiyor musunuz? Ardından Paint gibi bir fotoğraf düzenleme programı açın. Program açıldıktan sonra klavyenizin sol alt kısmındaki Kontrol tuşunu basılı tutun ve ardından 'V' tuşuna basın. Burada fotoğrafı kırpma isteyip istemediğinizi seçebilirsiniz. Görüntü iyi mi? Ardından 'Dosya'yı ve ardından 'Farklı kaydet'i tıklayın ve resmin kaydedileceği adı ve klasörü seçin. Resim şimdi seçilen klasördedir, böylece Paint'i kapatabilirsiniz.⁵

⁵ <https://www.coolblue.be/nl/advies/hoemaak-ik-een-screenshot-in-windows.html>



b) Ekran Alıntısı Aracıyla Ekran Görüntüsü Alma

Ekranın bir bölümünü hızlıca seçip ekran görüntüsünü almak ister misiniz? Ardından, Windows'ta standart olarak gelen Snipping Tool'u kullanın.

1. Adım: Snipping Tool'u açın

Snipping Tool'u açın.

Ekranınızın sol alt kısmındaki Windows başlat düğmesine tıklayın. Şimdi açılan menüde, altta bir arama çubuğu var. Arama çubuğuna 'Kırpma programı' yazın. 'Kırpma programı' arama sonucunu tıklayın. Yandaki resimde o programın logosunu görebilirsiniz.

2. Adım: Ekranınızın sağ kısmını seçme

Selecting the right amount of screen for a screenshot.

Your cursor changes into a cross. With that cross you select the part of the screen of which you want to make a screenshot. To select, hold down the left mouse button and move the mouse. As soon as you release the left mouse button, the screenshot is taken.

Step 3: save the screenshot

Bir ekran görüntüsü için doğru miktarda ekran seçilmesi.

Ekran görüntüsünüz yeni bir pencerede görünecektir. 'Disket' düğmesine tıklayarak kaydedebilirsiniz. Bu, resimde gördüğünüz gibi mor simgedir. Ardından, ekran görüntüsünü kaydetmek istediğiniz bir ad ve konum seçin.



Erasmus+

Video Düzenleme Programları

a) *MoviePlus Starter Edition*

MoviePlus Starter Edition oldukça güçlü bir video düzenleyicidir. Güzel olan, sözde resim içinde resim oluşturabilmenizdir, bu da aslında aynı anda iki film izleyebileceğiniz anlamına gelir. Örneğin, bir sahneyi aynı anda iki açıdan göstermek için. Birkaç aksiyon kamerası ile çalışanlar için veya montaja arkadaşlarınızın videolarını da eklerseniz kullanışlıdır. İndirmek için bir e-posta adresi bırakmanız gerekiyor, ardından bir lisans kodu alacaksınız. İstenmeyen programları yüklediğinizden emin olun. Onunla birlikte bir codec paketi satın almadığınız sürece, program pek çok dosya biçimini tanımıyor. Neyse ki, 10 ve 11 numaralı ipuçlarındaki programlarla videoları ücretsiz olarak dönüştürebilirsiniz.

: Resim içinde resim destekleyen harika bir video düzenleyici.

b) *ShotCut*

Bu açık kaynaklı program, elbette Windows dahil olmak üzere çeşitli platformlar için kullanılabilir. ShotCut'un kullanımı kolaydır, ancak birçok işlevi vardır. Çekimleri iyileştirebilir, titrek filmleri daha sessiz hale getirmek için dijital görüntü sabitleme uygulayabilir ve aklınıza gelebilecek hemen hemen tüm film formatlarını destekler. Son filmi kaydederken bile, herhangi bir cihaz veya ortam için filmler oluşturabilmeniz için döndürülecek birçok düğme vardır.

ShortCut çok geniş olanaklara ve profesyonel bir görünüme sahiptir.

c) *Avidemux*

Videoları kesmenize veya daha küçük parçalara ayırmanıza olanak tanıyan küçük ama hoş bir açık kaynaklı video düzenleyici. İyi olan şey, kaydedildiklerinde yeniden kodlanmamalarıdır. Bu nedenle kalite kaybı olmaz. Ayrıca kırpma, döndürme, keskinleştirme, gürültüyü azaltma ve pozlamayı ve renkleri ayarlama gibi bir dizi işlemi gerçekleştirebilirsiniz. Bu durumda, görüntüleri değiştirirsiniz ve elbette kodlama gerekir.

Avidemux ile filmleri kaliteden ödün vermeden kısaltabilirsiniz.

d) *Free Video Editor*

Bu program, bir film den istenmeyen kısımları kesmenizi ve yeni filmi yeniden kodlamadan kaydetmenizi sağlar. Program, yeni filmi yeniden kodlamadan kaydetmenizi sağlar. Filmin ortasından parçalar kesebilirsiniz ve sadece başlangıç veya sonla sınırlı kalmazsınız. Farklı bir formata dönüştürmek de mümkündür. Bu programın adı Free Video Dub idi. Yine kurulum sırasında gereksiz ekstra yazılımlardan sakının.

Free Video Editor ile istediğiniz tüm parçaları kesin.





Erasmus+

e) iMovie

Birkaç yıldır, bir iPhone veya iPad satın aldığınızda iMovie video düzenleyicisini ücretsiz olarak alıyorsunuz. Bu iyi bir haber, çünkü bu uygulama çok kapsamlı, en güzel filmleri düzenlemenize ve düzenlemenize izin veriyor. Birkaç klip seçin, bunları zaman çizelgesinde sıralayın, her biri için başlangıç ve bitiş noktalarını belirleyin ve isterseniz havalı bir filtre ekleyin. Ayrıca bir filmi daha kısa parçalara bölebilir, çoğaltabilir ve oynatma hızını ayarlayabilirsiniz. Bu nedenle, tümü Apple mobil cihazınızda birçok olasılık vardır.

iMovie, iPhone veya iPad'iniz için kapsamlı bir video düzenleyicidir.

f) Video Toolbox

Video Araç Kutusu web sitesini, diğer şeylerin yanı sıra videoları farklı bir biçime dönüştürmek, filigran eklemek veya ses, video ve altyazıları ayırmak için kullanabilirsiniz. Ayrıca, görüntüyü kırabilir, filmleri kısaltabilir veya birbirine yapıştırabilirsiniz. Web sitesi oldukça sade görünüyor. Önce bir veya daha fazla film yüklersiniz veya çevrimiçi filmleri belirtirsiniz ve ardından gerçekleştirmek istediğiniz işlemi seçersiniz. Kaynak materyal için 600 MB ve düzenlenmiş filmler için 1400 MB depolama alanı elde edersiniz.

Video Toolbox sitesi biraz eski moda ama iyi çalışır.

g) Magisto

Magisto, kısa filmler oluşturmayı kolaylaştıran çevrimiçi bir video hizmetidir. Kapsamlı bir video düzenleyici beklemeyin, bu tamamen kolaylık ve basitlikle ilgilidir. Videolarınızı seçiyorsunuz, beğendiğiniz bir tema seçiyorsunuz ve uygun bir müzik ekliyorsunuz. Magisto daha sonra birkaç güzel sahne arar ve onları gösterişli bir filme dönüştürür. Web sitesi üzerinden çalışmak yerine, bunun için iOS veya Android cihazınızda bir uygulama kullanabilir veya Magisto'yu PC'nize bir program olarak yükleyebilirsiniz.

Magisto, web sitesi, telefonunuzdaki veya tabletinizdeki bir uygulama veya PC'nizdeki yerel bir program aracılığıyla kullanılabilir.

h) WeVideo

Çevrimiçi bir video düzenleyici ile önce filmlerinizi yüklemeniz gerekir. Yani filmler ne kadar kısa olursa, o kadar hızlı başlayabilirsiniz. WeVideo'nun ücretsiz sürümü zaten ayda yalnızca beş dakikalık materyal yayınlamanıza izin veriyor, yani bu iyi bir şanstır. Kaydılduktan sonra, zaman çizelgesine sahip basit bir video düzenleyici göreceksiniz. Videoları döndürebilir, aynalayabilir ve ölçekleyebilirsiniz. Çeşitli efektler de mümkündür ve müzik ekleyebilirsiniz. Filmlerinizi diğerlerinin yanı sıra doğrudan Vimeo, YouTube, Twitter, Facebook ve Dropbox'a yükleyebilirsiniz. Hizmeti beğendin mi? Size daha çok zaman kazandıracak çeşitli abonelikler vardır.

Filmlerinizi düzenleyin ve WeVideo ile doğrudan seçtiğiniz video hizmetinde yayınlayın.





Erasmus+

i) Looper

Çevrimiçi düzenleyici Loopster, filmlerinizi saklamanız için size üç gigabaytlık alan sağlar. Filmlerinizi yükleyin ve düzenlemeye başlamaya hazırsınız. Başlıklar, geçişler ve ses ekleyebilir ve malzemenin film başına nerede başlayıp nerede biteceğine karar verebilirsiniz. Son sonucu YouTube veya Facebook'ta paylaşabilir veya yerel olarak kaydedebilirsiniz. Ücretsiz sürümün bazı sınırlamaları vardır. Örneğin, bir filigran eklenir ve HD kalitesinde filmler oluşturamazsınız.

Runner basit bir yerel video düzenleyici gibi görünür ama ancak gerçekten çevrimiçi çalışıyorsunuz.

j) YouTube

Genellikle bir videoyu çevrimiçi paylaşmadan önce düzenlersiniz. Ancak bunu daha sonra yapmak da mümkündür. Örneğin YouTube'da her zaman müzik veya altyazı ekleyebilirsiniz. Bunu yapmak için Youtube Studio'ya giriş yapın ve soldaki menüden İçerik'i seçin. Düzenlemek istediğiniz videoya ve ardından Düzenleyici'ye tıklayın. Burada videolarınıza altyazı ve müzik ekleyebilirsiniz.

Pozlama, kontrast, doygunluk ve renk sıcaklığı gibi görüntü kalitesini de optimize edebilirsiniz. Ve oynatma sırasında orijinal ve düzenlenen videoyu aynı anda görmek kolaydır. Diğer akıllı seçenekler arasında titreşim görüntüleri sabitleme, ağır çekimde oynatma, yavaş hızlandırma ve kırpmaya sayılabilir. Birden fazla filmi birleştirin ve geçişler ve başlıklar ekleyin.

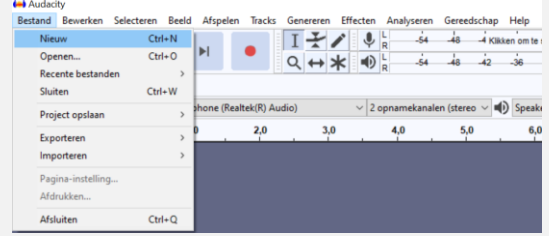
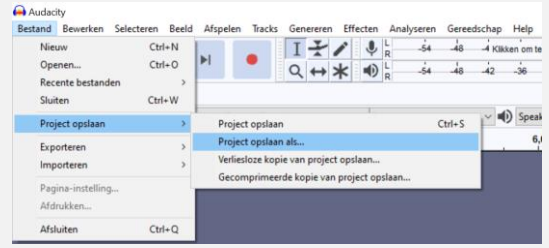
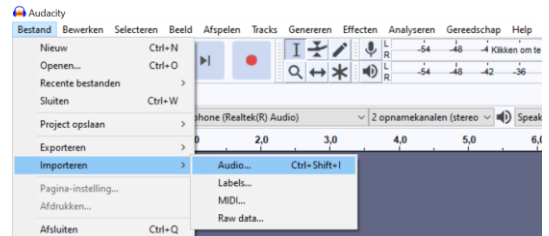
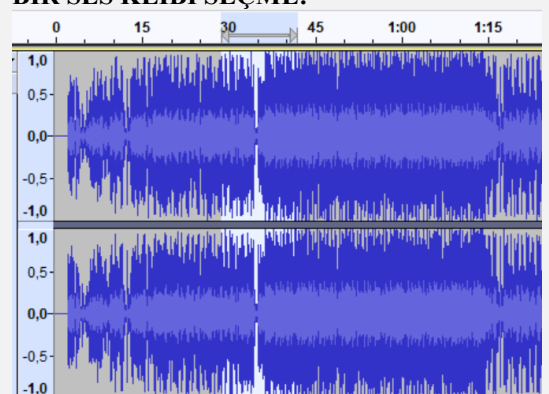
YouTube Studio'nun nasıl çalıştığı hakkında daha fazla bilgi edinmek için web sayfasını ziyaret edin.

Videonuza Ses Ekleme

Audacity, WAV, AIFF, Ogg Vorbis ve MP3 dosyaları oluşturmanıza, düzenlemenize ve kaydetmenize olanak tanıyan açık kaynaklı bir ses düzenleme programıdır. Audacity, Windows, Mac, Unix ve Linux için kullanılabilir. Program ayrıca Hollandaca olarak da kullanılabilir. Audacity, sesi düzenlemek için filtrelerle sahiptir.



Tablo 7. Ses Ekleme Adımları

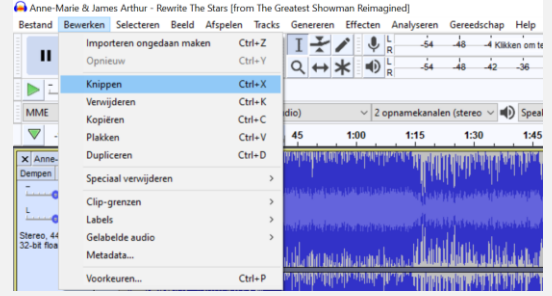
Adım	Teori	Uygulama	Ekran Görüntüleri
1	PROJE OLUŞTURMA VE KAYDETME Programı açtığınızda otomatik olarak yeni bir proje oluşturursunuz. Ayrıca programda yeni bir proje oluşturabilirsiniz. Yeni bir projeye başladığınızda, onu istediğiniz başlıkla hemen kaydetmek en iyisidir. Çalışırken dosyayı birkaç kez kaydedin. Bu şekilde projenizi kaybetmekten kaçınacaksınız.	PROJE OLUŞTURMA: In the ribbon, click 'File' and then 'New'. PROJE KAYDETME Şeritte, "Dosya"yı ve ardından "Projeyi kaydet"i tıklayın. Ardından 'Projeyi kaydet' veya 'Projeyi farklı kaydet...' seçeneğini seçebilirsiniz. 'Projeyi farklı kaydet...' üzerine tıkladığınızda, projeniz için dosya adını seçin. Projenizin uzantısı '.aup'.tur. Ardından 'Kaydet'e tıklayın.	PROJE OLUŞTURMA:  PROJE KAYDETME: 
2	SES KLİBİ EKLEME: Bir ses klipini düzenleyebilmek için önce projenize bir ses klipi eklemeniz gerekir.	SES KLİBİ EKLE: Şeritte, "Dosya"yı ve ardından "İçe Aktar"ı tıklayın. Ardından 'Ses...' öğesini seçin. Açılan pencerede istediğiniz ses parçasını seçin. Sil: Şeritte "Düzenle"yi ve ardından "Geri Al"ı tıklayın.	SES KLİBİ EKLE: 
3	SES KLİBİNİ KESME, SİLME, KOPYALAMA, YAPIŞTIRMA VE ÇOĞALTMA Bir parçayı kestiğinizde, seçilen parça tüm ses dosyasından kaldırılır ve parça geçici olarak kaydedilir. Parça daha sonra başka bir yere yapıştırılabilir.	BİR SES KLİBİ SEÇME: Seçilecek ses parçasının başlangıç noktasına tıklayın. İmleci seçilecek ses klipinin sonuna sürükleyin.	BİR SES KLİBİ SEÇME: 

Bir parçayı kopyaladığınızda, tüm ses dosyası değişmeden kalır, ancak parça geçici olarak kaydedilir. Daha sonra parçayı başka bir yere yapıştırabilirsiniz..

Ayrıca bir parçayı silebilir veya çoğaltabilirsiniz. Çoğaltma, aynı parçanın aynı parçada iki kez görünmesine izin vermek anlamına gelir. ses dosyası.

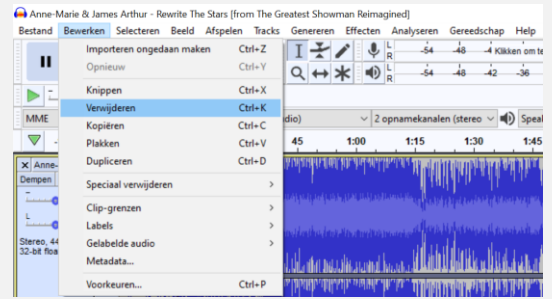
BİR SES KLİBİNİ KESME:
Şeritte 'Düzenle'yi ve ardından 'Kes'i tıklayın.

BİR SES KLİBİNİ KESME:



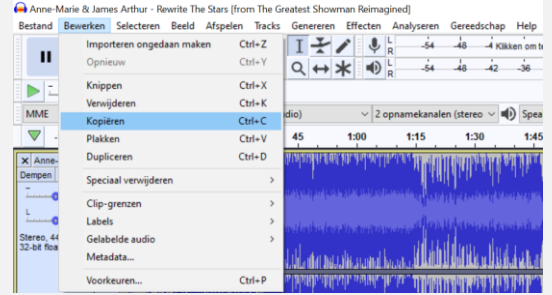
BİR SES KLİBİNİ SİLME:
Şeritte 'Düzenle'yi ve ardından 'Sil'i tıklayın.

BİR SES KLİBİNİ SİLME:



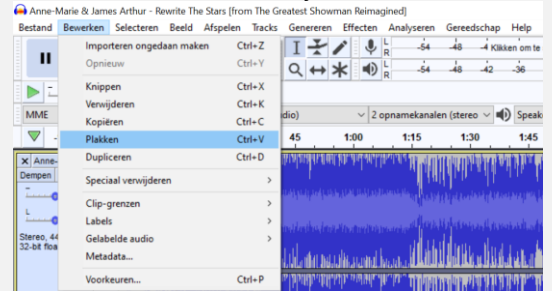
BİR SES KLİBİNİ KOPYALAMA:
Şeritte 'Düzenle'yi ve ardından 'Kopyala'ı tıklayın.

BİR SES KLİBİNİ KOPYALAMA:



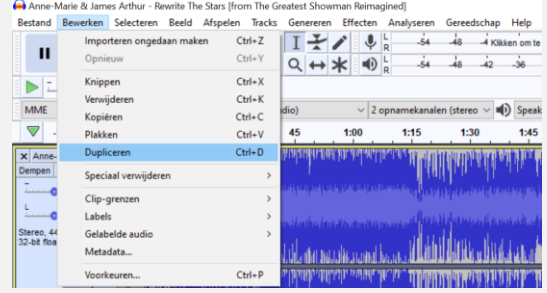
BİR SES KLİBİNİ YAPIŞTIRMA:
Şeritte 'Düzenle'yi ve ardından 'Yapıştır'ı tıklayın.

BİR SES KLİBİNİ YAPIŞTIRMA:



**BİR SES KLİBİNİ
ÇOĞALTMA:**

Şeritte 'Düzenle'yi ve ardından 'Çoğalt'ı tıklayın.

BİR SES KLİBİNİ ÇOĞALTMA:**EFEKT UYGULAMA:**

Ses kliplerine farklı efektler uygulayabilirsiniz.

Örnekler:

Ses klibinin başlangıçta yavaşça daha yüksek veya sonunda yavaş yavaş daha yumuşak olmasını sağlamak için bir ses kliline "karartma" veya "solma" uygulayabilirsiniz.

Ses kaynağı çalmayı durdurduktan sonra sesin tekrarlanan yansımalarından kaynaklanan bir ses olgusunu simüle etmek için bir *yankı* kullanabilirsiniz.

EFEKT UYGULAMA:

Efekt uygulamak istediğiniz klipi seçin

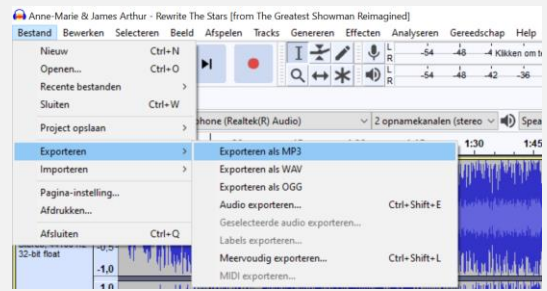
Şeritte 'Efekt'e tıklayın ve seçim menüsünden istediğiniz efekti seçin.

EFEKT UYGULAMA**PROJEYİ
YAYINLAMA:**

Projeği yalnızca Audacity programında ".aup" uzantısına sahipse açabilirsiniz. Düzenlenen ses parçasını herhangi bir bilgisayarda açabilmeniz için projeyi başka bir dosya türüne dönüştürmeniz gerekir. Biz burada MP3 kullanmayı tercih ediyoruz.

**PROJEYİ
YAYINLAMA:**

Şeritte, "Dosya"yı ve ardından "Dışa Aktar"ı tıklayın. Ardından 'MP3 Olarak Dışa Aktar'ı seçin. Dosya adını istediğiniz başlığa değiştirin ve uzantıyı '.mp3' olarak bırakın.

PROJEYİ YAYINLAMA:



Erasmus+

Bölüm 5

Dijital Öykülemede Ekip Çalışması





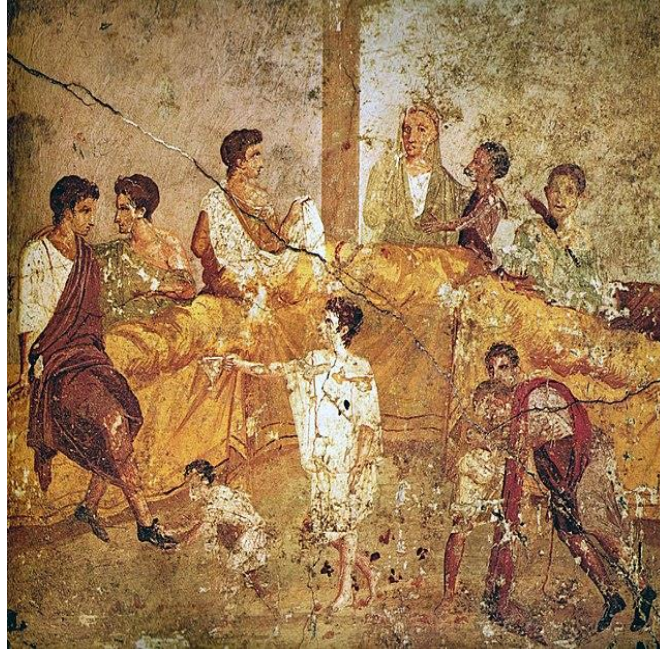
21. yüzyıl, baskın bir öğreticilikten yapılandırmacı pedagojiye geçişle ana akım pedagojide büyük bir değişim yarattı. Richardson (1998), yapılandırmacı pedagojinin temel özelliklerini şöyle özetlemektedir:

1. Bireyi odak merkezine alma ve öğrencilerin geçmişine saygı duyma ve alanın unsurları hakkında anlayış ve inanç geliştirme (bu, öğrenci merkezli olarak da tanımlanabilir);
2. Bir konunun oluşturulmasına ve ortak bir anlayışa yol açma amacıyla alanın bir ögesini araştıran grup diyalogunun kolaylaştırılması;
3. Doğrudan talimat, metne referans, bir Web sitesinin keşfi veya diğer bazı yollarla resmi alan bilgisinin planlı ve genellikle plansız olarak konuşmaya dahil edilmesi
4. Bu amaç için yapılandırılmış görevlere katılım yoluyla öğrencilere mevcut inançları ve anlayışları belirleme, meydan okuma, değiştirme veya bunlara ekleme yapma fırsatları sağlanması; ve
5. Öğrencilerin kendi anlayışlarına ve öğrenme süreçlerine ilişkin üst farkındalıklarının geliştirilmesi.

Yapılandırmacı pedagojide, öğrenme tasarımlarının proje tabanlı, vaka tabanlı, sorgulama tabanlı ve problem tabanlı senaryolar gibi öğrenci merkezli ekiptabanlı öğrenme pedagojisini içermesi gerekir (Oliver, 2001). Öğrencilerin gerçek bağlamlarda gerçek öğrenmeyi teşvik eden öğrenme ortamlarına alınmaları gerekir. Ekipler ve ekip çalışması, etkileşim, problem çözme, diyalog, işbirliği ve işbirliği yoluyla gerçekleşen derin öğrenmeyi teşvik etmeye yardımcı olur

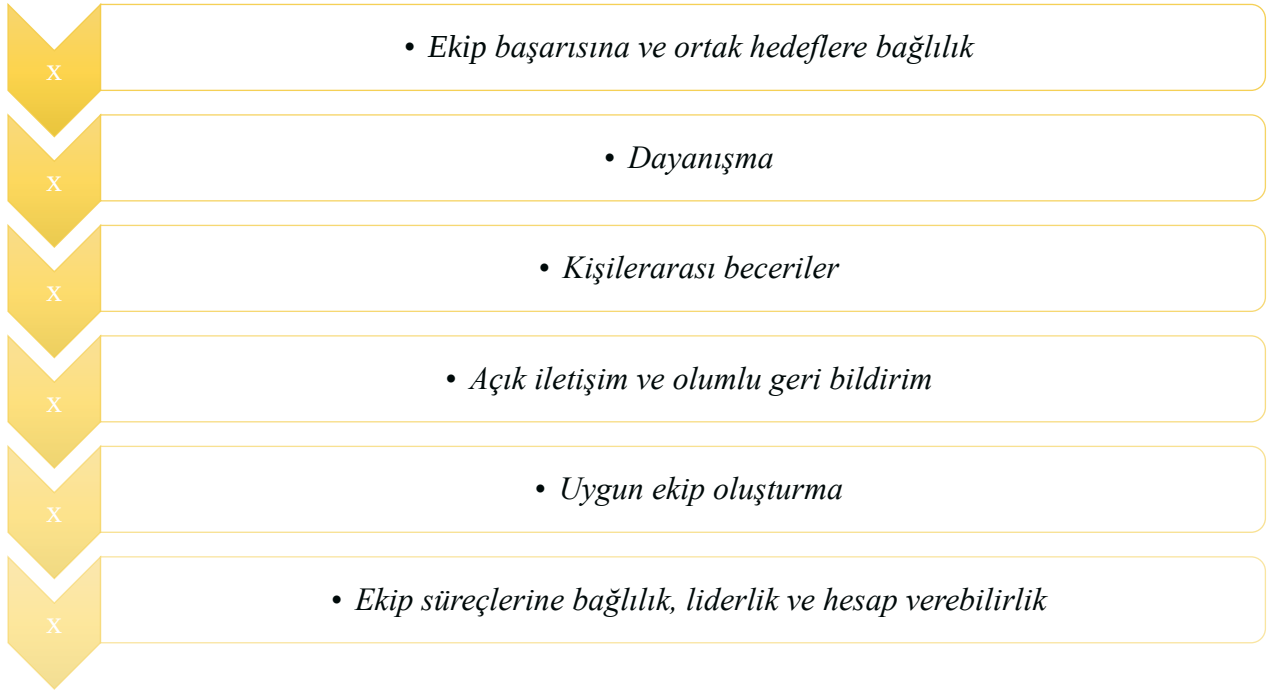
(Johnson & Johnson, 1995). Bu öğrenme tasarımları, bir ekip ortamıyla asosyal deneyimin içinde alındığı için bilginin inşasını destekler (Vygotsky, 1978). Etkili ekip çalışması, bu öğrenme tasarımlarının başarılı bir şekilde sunulmasını ve uygulanmasını etkileyebilir. Üçüncül eğitimciler, öğrencilerin sinerjik bir ekip ortamı yaratmak ve buna katkıda bulunmak için gereken bilgi, anlayış ve becerilere sahip olacağını varsayamazlar.

21. yüzyılın temel becerileri, dijital okuryazarlık, toplumla iletişim kurma, tartışma ve bilgi edinme inovasyonu ve işbirliği becerilerinin veya ekip çalışmasının geliştirilmesidir (Chujitarom, 2020). Ekip çalışması bir grup insanı başarılı kılabilir ve her meslekte başarının anahtarlarından biri olarak kabul edilir. Bu nedenle, ekip çalışması, bilgisayar sanatı inovasyonunu yönlendirmeye yardımcı olmak için de kullanılabilir



Eski Çağlarda Birlikte Çalışan İnsanlar

İnsanlar işlerini veya görevlerini daha basit ve etkili bir şekilde yerine getirebilmek için eski çağlardan beri bir grup oluşturmuşlardır. Ekip çalışması, ekip girdilerinin ekip etkinliği ve memnuniyeti gibi ekip çıktılarına dönüştüğü faaliyetleri ifade eder. Geniş bir düzeyde ekip çalışması, ekip üyelerinin görev hedeflerine ulaşmak için işbirliği yapma sürecidir (Driskell vd., 2018). Ekip çalışmasında, bilgi ve bilgi alışverişini eyleme geçirebilecek insanlar arasında etkileşimler vardır. Bilgi almak için birçok imkanımız var. Bunlardan en önemlileri: kendi deneyimleri, eğitim, koçluk, mentor, informal ağlar, iyi iletişimdir. Bu özellikler ekip çalışmasının ön saflarında yer alabilirler. Ortak amaçlar için ekip üyeleri sadece birbirine yakın değil, birlikte çalışmalıdır. Bu, birbirlerinin bilgi ve deneyimlerini kullanmaları gerektiği anlamına gelir. Bu durumda bilgi paylaşımı ihtiyacı doğar ve bireysel bilgi grup düzeyine çıkarılmalıdır (Bencsik, 2009). Ekip çalışmasının Şekil 4'te gösterilen 6 bileşeni vardır.



Şekil 4. Ekim çalışmasının bileşenleri

Ekip Başarısına ve Ortak Hedeflere Bağlılık

Ekip üyelerinin ekip başarısı için çaba göstermeleri, motive olmaları, katılmaları ve en üst seviyeye ulaşmak için kararlı olmaları gerekir. Ekip, yüksek kaliteli bir ürün sunmaya odaklanmalı ve bu hedefi kesintiye uğratabilecek kişisel sorunlarla meşgul olmamalıdır. Müşteri eğitmenlerini, akranlarını ve son kullanıcıları etkileyecek kaliteli bir nihai ürün geliştirmeye odaklanan olumlu, işbirliğine dayalı çalışma ilişkilerini kolaylaştırır ve beslerler.

Tüm ekip, diğer ekiplerden daha iyi performans göstermek için güçlü bir şekilde motive olmuştur ve iş bulma şanslarını destekleyecek bir ürün geliştirmeyi istemek gibi güçlü bir ortak hedefi paylaşmıştır.

Anahtar nitelikler:

- ✓ Katılımcılar amaçlarını anlar ve hedeflerini paylaşır - kombinasyon misyona ulaşır
- ✓ Üyeler, güçlü bir ortak hedefi paylaşmalıdır
- ✓ Gruplar, ekibin her üyesine prestij ve tanınma sağlar
- ✓ Başarılı ekipler başarılı olmak için motive olurlar
- ✓ Başarılı olmak için güçlü bir ekipbağlılığı vardır
- ✓ Üyelerin güçlü ortak değerleri ve inançları vardır
- ✓ Ekip üyeleriyle işleriyle meşgul ve bundan memnundur
- ✓ Resmi olmayan, rahat, rahat ve yargılayıcı olmayan bir ekip atmosferinin yaratılması
- ✓ Grup uyumunu teşvik etmek
- ✓ İnsanlar, benzer ilgi alanlarına ve hedeflere sahip kişilerle düzenli etkileşimden hoşlanırlar.



Başarılı ekip çalışması, olumlu bir ortamı teşvik etmek ve beslemek için hepsinin katkıda bulunmaya ve katılmaya istekli olduğu bir ortam yaratan tüm ekip üyeleri arasında var olan sinerjiye dayanır. Ekip üyeleri, bireyselleştirilmiş, rekabetçi hedefler yerine işbirliği ve sosyal karşılıklı bağımlılık yoluyla hedeflerin gerçekleştirildiği işbirlikçi çalışma ortamlarına uyum sağlamak için yeterince esnek olmalıdır (Luca ve Tarricone, 2001).

Dayanışma

Ekip üyeleri katılım göstermek zorundadır. Bağımsız çalışmak yerine birbirine bağlı olarak çalışmak, her birey için en iyi şeydir ve ekibin hedeflerine yüksek düzeyde ulaşmasını sağlar. Ekip üyeleri, ekibin diğer üyelerine karşı sorumlulukları olduğunu ve projenin başarısının her ekip üyesinin katkısına bağlı olduğunu düşünür. Ekip üyeleri, zorluklarla karşılaştıklarında akranlarına yardım etmekten her zaman mutlu olurlar. Ekip, bireylerin ekip üyelerinin yaşadığı sorunları proaktif olarak beyin fırtınası yapacak ve gerekirse yardım teklif edecektir.

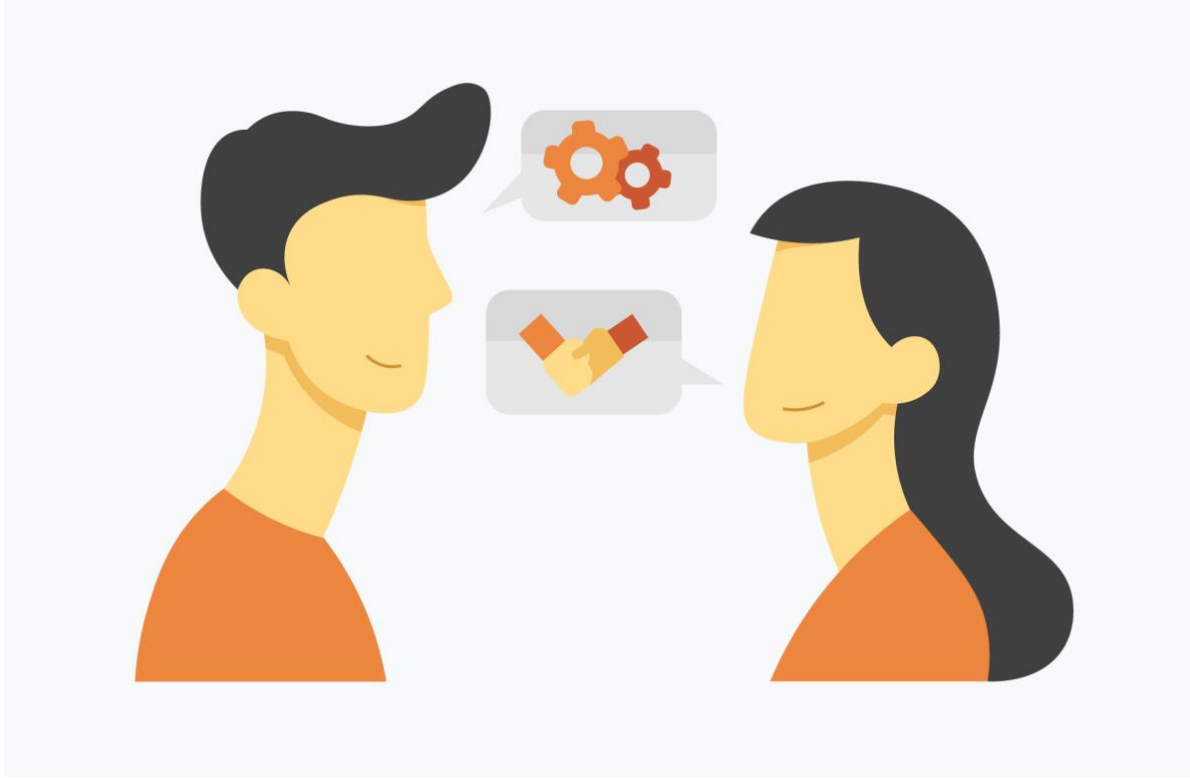


Anahtar nitelikler:

- ✓ Grubun diğer üyeleri başarılı olmadıkça biri başarılı olamaz.
- ✓ Birlikte grup, kendisinden taviz veren bireylerin tek başına yapabileceğinden daha fazlasını sağlayabilir.
- ✓ Başarılı sistemler üretmek için ekip üyeleri birlikte etkin bir şekilde çalışmalıdır.
- ✓ Ekip üyeleri, görevi başarmak ve birbirlerinin başarısını desteklemek için birbirlerine yardım etmek için etkileşim kurarlar.
- ✓ Ekip üyeleri, arkadaşlarının yetenekleri üzerine inşa eder – sinerji ile enerjilenen kombinasyonlar
- ✓ Ekip üyeleri hem grubun hem de her bireyin başarısıyla ilgilenmelidir.
- ✓ Ekip üyeleri asla tamamen kendi kendilerini yönetmemeli veya tamamen bağımsız olmamalıdır
- ✓ Ekipler genellikle bireylerin erişemeyeceği görevleri yerine getirme yetkisine sahiptir.
- ✓ Bireyler, ekip üyeleriyle etkileşime girerken çok çeşitli yeni fikirler ve beceriler deneyimler
- ✓ Ekip üyeleri, daha sonra bireysel olarak daha iyi performans gösterebilmek için birlikte öğrenirler.

Kişilerarası Beceriler

Özenli bir çalışma ortamını teşvik etmek, sorunları dürüstçe tartışabilmek, karşılıklı destek sağlamak, ekibe ve bireye saygı ve bağlılık göstermek önemlidir. Ekip, ekip üyelerinin farklı kişiliklere sahip olduğunu ve farklı aşamalarda sorunlar yaşadığını kabul eder. Zor zamanlarda birbirlerine saygı gösterirler, saygı duyarlar ve destek olurlar.



Anahtar Nitelikler

- ✓ İnsanlar birbirini önemsemelidir.
- ✓ Üyeler birbirlerini korumalı ve desteklemelidir
- ✓ Duygular özgürce ifade edilebilir
- ✓ Üyeler birbirlerine saygılı ve destekleyici olmalı ve karşılıklı beklentilerde gerçekçi olmalıdır.
- ✓ Yüksek düzeyde güven vardır
- ✓ Üyeler birbirine saygı duyar ve güvenir
- ✓ Grup içinde güven, itimat ve bağlılığı teşvik etmek

Feedback Açık İletişim ve Pozitif Geri Bildirim

Şikayetleri ve ekip üyelerinin ihtiyaçlarını dinlemeye ihtiyaç vardır. Üyeler, yapıcı eleştiri vermeye ve almaya istekli olmalı ve gerçek öneriler sunmalıdır. Ekip, sorunları veya zor konuları tartışmanın ve bunları çözmeye çalışırken yapıcı yardım/eleştiri sunmaya çalışmanın “sağlıklı bir şey” olduğunun farkındadır. Ekip üyelerinin endişelerini savunmacı olmayan bir şekilde ifade etmelerini sağlayan açık diyaloga büyük önem verirler. Projenin tüm yönleri hakkında net ve dürüst olurlar.



Anahtar Nitelikler

- ✓ Saldırgan olmayan bir şekilde geri bildirim verin ve kabul edin
- ✓ İdeal ekip, açık, tehditkar olmayan iletişimi sürdürürken, her bir üyenin katkıda bulunduğu yetenek ve bilgilerde oldukça çeşitlendirilmiş olmalıdır.
- ✓ Grup ihtiyaçlarına hizmet eden etkili dinleme ve iletişime değer verir
- ✓ Açık diyalog ve iletişimde olun
- ✓ Yapıcı eleştiri ve özgün, değerlendirme dışı geri bildirimden oluşan bir ekip ruhu geliştirin
- ✓ Ekip üyeleri net ve dürüst olmalıdır
- ✓ Üyelerin grup duygularını ifade etmelerini sağlayın
- ✓ Tüm fikir ve duyguları dinleyin
- ✓ Çatışmayla yüzleşin ve üstesinden gelin

Uygun Ekibi Oluşturma

Başarılı bir ekip oluşturmak için gereklidir. Ekip üyelerinin tümü ekip çalışmasının rolünü anlamalıdır. Ekip, bu birim için ekip üyelerini önceden seçme konusunda proaktiftir. Her ekip üyesi için gereken beceriler ve ayrıca her ekip üyesi için kişilik türü dikkatle düşünülür.



Anahtar Nitelikler

- ✓ Başarılı ekipler uygun oluşturulmuş ekiplerin bir ürünüdür.
- ✓ Üye rollerini, ilişki atamalarını ve sorumluluklarını netleştirin
- ✓ Her bir üyenin çalışmaya katkıda bulunması gereken farklılıkları tartışın

Ekip Süreçlerine Bağlılık, Liderlik ve Hesap Verebilirlik

Ekip üyeleri ekibe katılmakla sorumludur. Ortak karar verme ve problem çözme dahil olmak üzere ekip başarısı için etkili liderlik esastır. ekip üyelerinin tümü, Ekip içindeki herkesin rolünün ve ekip tarafından gerekli görevlerin zamanlamasını ve kalitesini planlamak ve izlemek için kullanılan sürecin önemini farkındadır. Proje yöneticisi ekip tarafından büyük saygı görür ve önemli kararlar almadan önce daima ekibe danışır. Ayrıca ekip, faaliyetlerin ve bireysel ekip üyelerinin sorumluluklarının izlenmesine yardımcı olan bir dizi kalite güvence prosedürüne sahiptir



Anahtar Nitelikler

- ✓ Belirsizliğe, kararsızlığa ve görünüşte yapı eksikliğine tolerans gösterme
- ✓ Hedefe yönelik, emeği üyeler arasında adil bir şekilde bölüştüren ve çabaları senkronize eden yaklaşımları aşlamak
- ✓ Bireysel hesap verebilirliği/kişisel sorumluluğu kabul edin
- ✓ Ekip üyeleri, çalışmadaki paylarından sorumludur
- ✓ Üyeler, dağıtılmış liderliğe katkıda bulunur
- ✓ Kararlar oy birliği ile alınır
- ✓ Etkili liderliğe ihtiyaç vardır
- ✓ Grup katılımcılarını, fikir birliğini ve kararları teşvik edin
- ✓ Daha verimli çalışmanın yeni yollarını deneyin
- ✓ Diğer ekiplerden ve kuruluşların diğer bölümlerinden en iyi uygulamaları araştırın
- ✓ Değişime, yeniliğe ve yaratıcı, ortak problem çözmeye açık olmak
- ✓ Yönlendirilmeyi beklemeden sorunları çözmek için harekete geçin
- ✓ Ekibin ilerlemesini izleyin
- ✓ Neyin işe yarayıp neyin yaramadığını bulmak için proje sonrası analizler yapın

Ekip Çalışması ve Dijital Öyküleme

Dijital öyküleme öğrencilere teknolojiye olan ilgilerinden ve teknolojiadaki becerilerinden yararlanan güçlü bir 21. yüzyıl öğrenme deneyimi sağlar. Güçlü bir dijital hikaye oluşturma sürecini yönetmek, öğrencilere organizasyon, zaman yönetimi, liderlik, inisiyatif, sebat ve ekip çalışması gibi proje yönetimi becerileri üzerinde çalışma fırsatları sağlar.

Başarılı ekip çalışması, olumlu, etkili bir ekip ortamını teşvik etmek ve beslemek için hepsinin katkıda bulunmaya ve katılmaya istekli olduğu bir ortam yaratan tüm ekip üyeleri arasında var olan sinerjiye dayanır. Ekip üyeleri, bireyselleştirilmiş, rekabetçi hedefler yerine işbirliği ve sosyal karşılıklı bağımlılık yoluyla hedeflerin gerçekleştirildiği işbirlikçi çalışma ortamlarına uyum sağlamak için yeterince esnek olmalıdır (Luca ve Tarricone, 2001). Derslerin öğretiminde dijital öyküleme kullanılarak iletişim becerileri ile birlikte ekipçalışması becerileri geliştirilebilir (Yüksel, Robin ve McNeil, 2011). Bu nedenle, öğrencilerin merakını ve motivasyonunu artırması nedeniyle bir müfredat yeniliği (Hathorn, 2005) ve eğitimde “işbirliğini ve anlamın birlikte inşasını teşvik etmek için etkili bir öğrenme ortamı” (Yang & Wu, 2012, s. 350) olarak adlandırılmıştır.

Öyküleme, bilgisayar sanatının özü olarak düşünülebilir. Bunun nedeni, izleyicilerle etkili bir şekilde iletişim kurmak için bütün bir hikayenin parçalarını koordine etme görevine sahip olmasıdır. Bunu video klipler, dijital boyama, komik illüstrasyonlar ve animasyon vb. gibi dijital teknikleri kullanarak hikayeleri sorunsuz bir şekilde bir araya getirerek yapar (Chujitarom, 2020). Ekipçalışması ve dijital hikaye anlatımı yakından ilişkilidir, çünkü iyi hikayeler anlatıcıdan izleyiciye iletişimden ve geri bildirimin bir sonucu olarak ortaya çıkmalıdır. Ekip olarak çalışmak dijital öyküleme sürecini son derece başarılı kılar. (Cunsolo vs., 2013). Creative Educator veri tabanı, incelenen içerik hakkında daha derin düşünmeyi teşvik ederken okuryazarlık becerileri geliştirmek için dijital öykülemeye dair 6 kullanım önerisi sunar. Bu fikirler öğrencilere ekip çalışması olarak dağıtılabilir.

a) Fikir 1. Görsel Şiir

Şirin amaçlı sözcük seçimi, yakın ve dikkatli okumayı teşvik eder. Öğrencilerin, yazarın kelime seçimini ve amacını anladıklarını göstermek için metin şiirlerinin dijital öyküleme versiyonlarını oluşturmalarını sağlayın. Öğrenciler görsel şiirlerini oluştururken, teknik, çağrışımsal ve mecazi anlamları belirlemek de dahil olmak üzere sözcükleri ve deyimleri bir metinde kullanıldıkları şekilde yorumlarlar ve belirli sözcük



seçimlerinin anlamı veya tonu nasıl şekillendirdiğini analiz ederler. Öğrencilerden bir şiirin her satırını veya kıtasını dikkatlice okumalarını ve yazarın kelime seçimini tartışmalarını isteyin. Öğrenciler daha sonra yazarın amacını göstermek için her satır veya kıta için görseller bulmalı veya oluşturmalıdır. Öğrenciler ayrıca şiirin uyandırdığı duyguları pekiştirmek için müzik bulmalı veya yaratmalıdır. Şiirin metnini kaydederken akıcılık ve tonlama alıştırmaları yaparlar. Nihai ürün, şiirin multimedya versiyonudur... İzleyicinin şiiri daha iyi anlamasına yardımcı

olan dijital bir hikaye... Bu sayede öğrenciler hem dijital öyküleme yöntem ve tekniklerini öğrenmiş olacaklar hem de edebi türlere daha hakim olacaklardır.

b) Fikir 2: Kitap Fragmanları

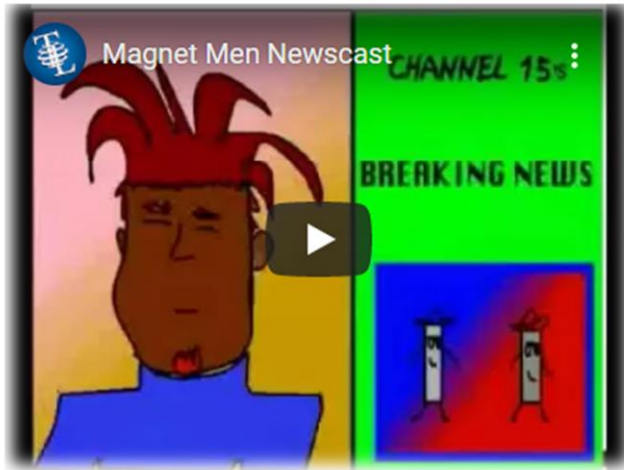
Öğrenci kitabı raporları, hatta dijital olanlar bile yüzeysel bilgi dökümleri olma eğilimindedir: başlık, yazar, özet ve görüş. Bu tür düşük seviyeli kitap raporu yerine, öğrencilerden kısa, hızlı tempolu bir kitap fragmanı oluşturmalarını isteyin. Öğrencilerin aşına olduğu film fragmanları gibi, kitap fragmanları da izleyiciyi kendine çekecek şekilde tasarlanmalı ve metni izleyicileri kütüphaneden bu belirli kitabı seçmeye motive edecek şekilde sergilemelidir.

Read Judy Blume's *Freckle Juice* to find out. *Freckle Juice* is a fun book with a valuable lesson. It's kind of silly at times but it is a must read from my list.



Öğrencilerin kitap tanıtımlarının bir kitapla ilgili temel bilgilerin ötesine geçtiğinden emin olun. Öğrenciler, izleyicileri hikayeye bağlamak için karakterler ve çatışmalar hakkında bildiklerini kullanmalıdır. Hikayeyi özetlerler ve başkalarını okumaya ikna etmek için ikna edici teknikler kullanırlar, medyayı davranışları değiştirmek için nasıl kullanacaklarını öğrenirler ve kitle iletişim araçlarının aynı teknikleri nasıl kullandığına dair daha iyi bir anlayış geliştirirler.

c) Fikir 3: Haber Raporu



Öğrencilerimiz televizyon izleyerek büyüdüler. Pek çok öğrenci, okulda geçirdikleri zamandan neredeyse daha fazlasını televizyon izleyerek geçiriyor! Çocukların izlemekten hoşlanmadıkları ender televizyon programlarından biri de elbette haberlerdir. Öğrencilerinize, öğrendikleri içeriğe dayalı olarak gerçekten izlemek isteyecekleri bir haber raporu hazırlamaları için meydan okuyun. İlginç bir haber raporu hazırlayan öğrenciler, içeriği daha iyi anlamalarına ve tutmalarına

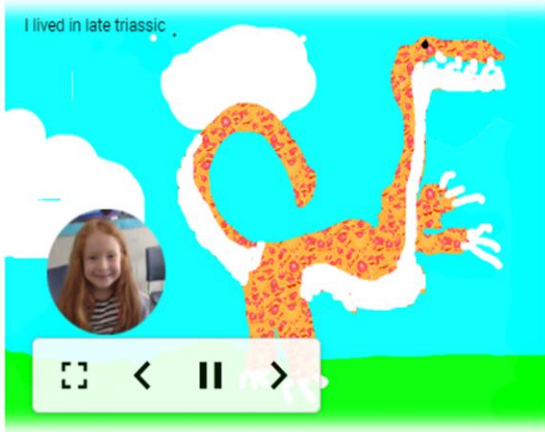
yardımcı olacak şekilde bilgileri düzenlemeli ve özetlemelidir. Açık ve özlü olmak için öğrencilerin ilginç, doğru kelime dağarcığına ve terminolojiye odaklanması gerekir. Raporları prova edip kaydederken tonlama alıştırmaları yapar ve akıcılık geliştirirler.

d) Fikir 4: Video Biyografi

Okulda öğrencileri en çok korkutan görevlerden biri biyografi yazmaktır. Özellikle de öğretmenlerinden başka kimsenin çalışmalarını görmeyeceğini anladıklarında öğrencileri ellerinden gelenin en iyisini yapmaya motive etmek bazen zordur, Öğrencinin yazmaya daha fazla önem vermesi için sınıfınızın duvarlarından daha geniş bir hedef kitle oluşturun. Öğrencilere biyografilerin her zaman kitap olmadığını hatırlatın... belki de favori bir şarkıcı veya müzisyen hakkında televizyon programları izlemişler ya da hayran oldukları biri hakkında bir A&E biyografisinden hoşlanmışlardır. Biyografilerde dijital öykülemeyi yaklaşımı kullanmak, onların yazılarının ilgisiz gerçeklerin bir listesi haline gelmesini önlemeye yardımcı olur. Öğrenciler, ilgi çekici bir anlatı oluşturmak için araştırma sonuçlarını görüntü, ses ve diğer medya ile birleştirdikçe, biyografilerin bile bilgilendirici ve güçlü olabileceğini.



e) Idea 5: Interviews



Washington'un Delaware'i geçmek için kullandığı tekne gibi insan olmayan deneklerle röportaj yapmak, öğrencilerin kendini ifade etmesi için müthiş fırsatlar sağlar.

Birinci şahıs röportaj öğrencilerin bilgileri kendi sözleriyle yeniden kodlamasını gerektirir. Gerçekleri ve fikirleri düzenlemeyi, birleştirmeyi ve önceliklendirmeyi öğrenmelerine yardımcı olur. Bilgiyle dolu bir dünyada, röportaj öğrencilerin hangi soruların sorulacağını ve nasıl sorulacağını bilmenin tüm cevapları bilmek kadar önemli olduğunu anlamalarına yardımcı olur.

f) Fikir 6: Kamu Hizmeti Duyuruları

İklim değişikliği ve halk sağlığı gibi günümüzün önemli konularının çoğu, dil, bilim ve sosyal bilgiler arasındaki müfredat sınırlarını aşıyor. İzleyicileri bu konular hakkında bilgilendiren ve onları harekete geçmeye teşvik eden kamu hizmeti duyuruları (KHD) oluşturmalarını isteyerek öğrencilerin tutkularından yararlanın. Etkili bir KHD oluşturmak için öğrenciler, farkındalığı artırmak ve davranışları değiştirmek için organizasyonu, sesi ve kelime seçimini kullanabilen güçlü iletişimciler olmalıdır. Bir KHD geliştirmek aynı zamanda hedef kitleyi dikkate almak ve bilgilendirici, anlatısal ve ikna edici yazıları birleştirmek için gerçek bir neden sağlar.



Örnek Dijital Öyküleme Kullanımları

Dijital Öyküleme gerçekleştirme süreci, mesleki yeterliliğin gelişimine gerçek bir destek olabilir. Bu, kişinin kendi yansıma süreçlerini ve diğerlerinininkileri açık hale getirmenin ve bu nedenle üstbilişi, örtük bilgiyi ortaya çıkarmayı ve nihayetinde ekip oluşturmayı teşvik etmenin bir yoludur. Burada dijital öyküleme ve ekip çalışmasına odaklanan farklı araştırma örnekleri vereceğiz. Bu araştırmalar, profesyonel akademisyenler tarafından deneysel desende yürütülmüş ve/veya nitelikli eğitimciler tarafından yaygın eğitim formatlarında gerçekleştirilmiştir. Hedef kitleleri birbirinden farklı da olsa farklı hedef kitlelere uyarlamak ve uygulamak mümkün olacaktır. Bu örnekleri vermedeki amacımız eğitim ortamlarında dijital öyküleme yöntemi kullanmak isteyen eğitimcilere ilham verebilmektir.

a) Örnek 1. Etkili Ekip Oluşturma ve Yetkinlik Geliştirme İçin Dijital Öyküleme

İtalya'daki Padua Üniversitesi'nden Corrado Petruco, 2013 yılında Veneto bölgesel sağlık sisteminden (Kuzey İtalya) doktorlar, veterinerler, biyologlar, kimyagerler, beslenme uzmanları ve önleme teknisyenlerinden oluşan bir grup sağlık güvenliği uzmanının dijital öyküleme kullanımı hakkında deneysel bir araştırma yaptı. Bu yönüyle araştırma, yetişkin eğitiminde dijital öyküleme yöntemine güzel bir örnek teşkil etmektedir.

İlk olarak, araştırmadaki bireyler, profesyonel günlük uygulamaları hakkında küçük anlatı videoları oluşturmak için basit yazılım araçlarını kullanmayı öğrendikleri bir eğitim kursuna katıldılar. Kısa kurs sırasında aynı zamanda anlatıya giriş yaptılar, örneğin ayarı, ana karakterleri, çatışmayı ve çözümü, olayları, başlangıcı ve bitişi tanımlayan bir "hikaye

dilbilgisi"ni izleyerek basit bir öykü panosu oluşturmayı öğrendiler. Kendi dijital hikayelerini gerçekleştirmek için 4-5 kişilik küçük ekip gruplarında birlikte çalıştılar ve her grup daha önceki mesleki deneyimlerinde ele alınan belirli bir çalışma konusu seçti. Dijital Öykülemede geliştirilecek “en iyi öykü”yü seçmek için birbirlerine “savaş öyküleri” anlattılar; yani, mecazi anlamdan da anlaşılacağı gibi, işyerinde kazanılan zorlukların ve üstesinden gelinmesi gereken zorlukların hikayelerini ele aldılar. Her hikaye için en önemli konuları ve bağlamı belirlemeye ve tartışmaya çalıştılar. Hikâye, ya onların dahil oldukları ya da doğrudan dahil olan başkalarından duydukları gerçek problemler ve olası çözümlerle doğrudan ilgili olabilirdi. Ayrıca gerçek bağlamlarda mevcut olan tüm unsurları koruyarak “kurgusal bir hikaye” yazmayı da seçebildiler.

Ne hakkında konuşacaklarına karar verdikten sonra, grupların oluşturacakları dijital öykü için belirli bir hedef kitle seçmeleri gerekiyordu. Dört olası hedef belirlediler: 1) topluluktaki akranları, 2) okul/öğrenciler, 3) kurumlar ve gıda şirketleri, 4) tüketiciler ve vatandaşlar. Gerçekleştirilen toplam 14 videodan 8 kadarı bir meslektaş hedefine yönelikti: bu, çeşitli bölgesel alanlarda önemli ölçüde farklı olabilen belirli profesyonel prosedürler hakkındaki topluluk üyeleri arasında deneyimleri paylaşma istekliliğiyle bağlantılı önemli bir unsur olarak kabul edildi (örneğin, su kimyasal kontrolündeki prosedürler, balıklarda histamin testi, mantar yenilebilirliği, deniz ürünleri örneklemesi vb.) Tüm videolar ayrıca sorunu ortaya çıkarma biçimlerine göre sınıflandırıldı

- çoğu 11, (%79) “makul” bir şekilde çözülen bir problem önermektedir,
- 2 (%14) bir problemin çözüldüğünü ancak tamamen tatmin edici bir şekilde olmadığını belirtirken,
- sadece 1'i (%7) henüz cevap bulamamış bir problem gösterdi.



Bu bulgular, profesyonellerden oluşan topluluğun, dijital öykülemeyi iş yeri bağlamında, ortak bir eser ve üretken bir süreç olarak kullanmakla büyük ölçüde ilgilendiğini desteklemektedir. Katılımcıların geri bildirimlerinde ve görüşmelerde açıkça görülüyordu ki profesyonellerin belirli bir sorun hakkında bir başkasının akran anlatısına bakmalarına izin vermek, benzer durumdaki eylemleri ve ardından profesyonel uygulamaları üzerinde düşünme imkanı yarattı.

Bu nedenle dijital hikaye anlatımı gerçekleştirme süreci, mesleki yeterliliklerin geliştirilmesine gerçek bir destek olabilir: gerçek bir sorunu ve olası çözümünü açıklayan öykü panosu anlatılarının işbirlikçi yazımı, kişinin kendi yansıma süreçlerini ve diğerlerinininkileri açık hale getirmenin ve dolayısıyla üstbilişi, örtük bilgiyi ortaya çıkarmayı ve nihayetinde ekip oluşturmayı teşvik etmenin bir yoludur.

b) Örnek 2. skills Dijital Öyküleme Projesinin Ekip Çalışması Becerilerine Etkisi



Öztürk ve Tunç (2017), dijital öyküleme projesinin Güzel Sanatlar lisesi öğrencilerinin ekip çalışması becerileri ile iletişim becerilerindeki işlevini araştırmak amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Katılımcılar 19 lise öğrencisinden oluşuyordu. İki dijital öyküleme projesi hayata geçirildi. İlki pilot projeydi ve yaklaşık 12 hafta sürdü. İlk projenin ardından bir değerlendirme yapıldı ve ikinci proje sıkı bir programla tasarlandı ve 10 hafta boyunca devam etti.

Her iki projede de gruplar görev bölümlerine ayrılmıştır. Bunlar; senaryo, storyboard, karakter tasarımı ve arka plan tasarımı içeren tasarım süreci, teknik planlamayı içeren animasyon ve montaj, jenerik (bu grup sadece ana projede oluşturulmuştur) ve öyküleme ve fon müziği ile müzik tasarımıdır. Gruplar oluşturulmuş ve öğrenciler tarafından görev paylaşımı yapılmıştır. Ayrıca, dijital öyküleme sürecinin işbirlikçi doğasının katı kuralları olmadığı için, öğrencilerin bir kısmı aynı anda farklı gruplarda yer aldı; gruplar esnekti. Ayrıca, sadece grup içinde etkileşime girmediler; diğer gruplarla da etkileşim vardı. Bazı grupların sadece 1 öğrencisi olmasına rağmen tüm kararlar bir bütün olarak alındı. Ayrıca proje genelinde bireysel bir çalışma yerine görev paylaşımı sayesinde tüm öğrenciler her projede bir dijital hikaye



Erasmus+

oluşturmuşlardır. Ayrıca haftada bir düzenli olarak bir araya geldiler ve bu toplantılarda öğrenciler tüm öğrencilerle yaptıklarını ve sonraki aşamalarda yapacaklarını paylaştılar. Araştırmacılardan biri, çalışmalarında onlara rehberlik etmeye çalışmış ve çalışmaları hakkında geri bildirimde bulunmuştur. Ayrıca bu toplantılarda gelecek hafta için neler yapılması gerektiği hakkında da bilgi verdi.

Tablo 8. Uygulama Süreci (Öztürk ve Tunç, 2017)

Haftalar	Faaliyetler
1. ve 2. haftalar	Dijital hikaye anlatımı öğrencilere örnekler verilerek tanıtıldı. Ayrıca proje ve aşamaları kapsamlı bir şekilde anlatıldı.
3. ve 4. haftalar	Öğrencilerin ilgi alanlarına göre gruplar oluşturuldu; sınıfta ve senaryoda beyin fırtınası yapılarak ana tema belirlendi ve tasarım süreci grubu çalışmaya başladı.
5. hafta	Senaristler çalışırken görsellerle ilgili araştırma sunuldu.
6. hafta	Senaryo yazarları, senaryoyu sınıfa sunarak yorumlarını yaptılar. Yorumlara göre değişiklikler yapılmış ve senaryonun son versiyonuna ulaşılmıştır. Film şeridi tasarımcılarına gelecek hafta senaryo üzerinde çalışmaları söylendi.
7. hafta	Öykü panosu tasarımcıları çalışmalarını sınıfa sunmuş ve öykü panolarının son hallerine karar verilmiştir. Dijital öyküleme görsel taslağı hazır olduğunda karakter tasarımcılarına çalışmaya başlamaları söylendi.
8. hafta	Karakterlerin tasarımlarına senaristlerin kontrolünde başlandı. O zaman montaj grubundaki öğrenciler teknik olarak dijital öykülemeyi destekleyen programlar bulmaya çalıştılar. Ayrıca müzik grubundaki öğrenciler müzik aramaya başladılar.
9. hafta	Karakter tasarımları devam ederken animasyon grubu çalışmalarına başladı. Montaj ile ilgili programlar kurulmuş ve teknik planlama grubu tarafından test edilmiştir. Dijital öykülemedeki diyaloglar senaristler tarafından oluşturuldu.
10. hafta	Programlar ve karakterlerin tasarım süreçleri ile ilgili araştırmalara devam edildi. Karakter tasarımcıları sürekli olarak ekip arkadaşlarından ve proje yöneticisinden geri bildirim aldı.
11. hafta	Karakter tasarımı ve animasyon süreci tamamlanarak, montaj grubunda yer alan öğrencilere (hem teknik planlama hem de müzik dahil) animasyon hakkında bilgi verildi. Bu nedenle montaj grubu çalışmaya başladı.
12. hafta	Görseller bir bilgisayar programında düzenlendi ve müzikler öğrencilerin oluşturduğu arşivlerden seçildi. Hikaye anlatımı için kayıt yapılmış ve kaydedilen sese efekt uygulanmıştır. Sonunda, animasyonu oluşturmak için tüm materyaller başka bir bilgisayar programına aktarıldı.

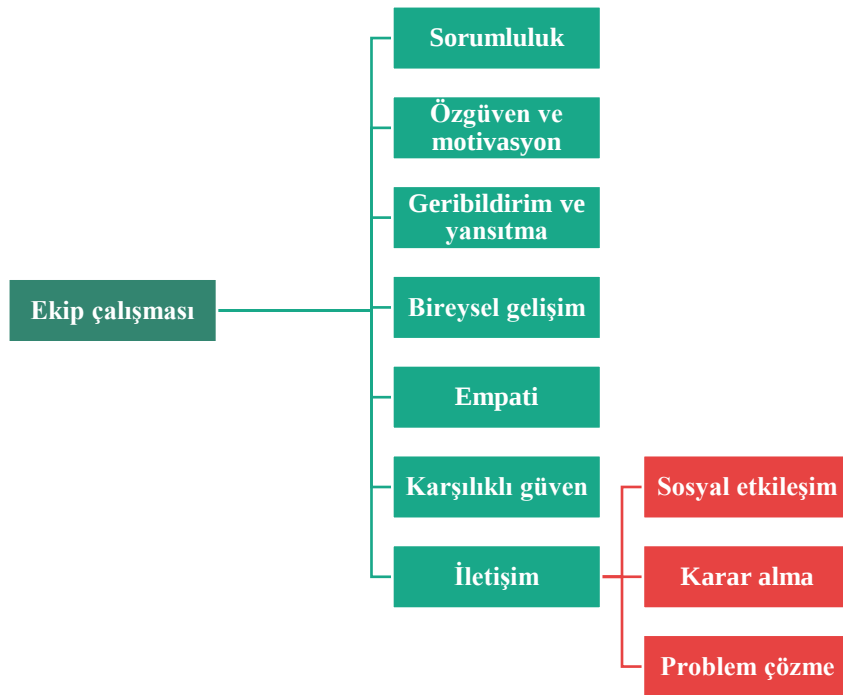
Pilot projenin ardından öğrencilerin geri bildirimleri ve araştırmacı notlarına göre bir değerlendirme yapılmıştır. Araştırmacılar, senaryoya beklenenden daha fazla zaman ayrıldığını ve öğrencilerin diğer dersleri nedeniyle proje takviminin iyi yönetilemeyeceğini tespit etmiştir. Bu nedenle 2014-2015 bahar döneminde gerçekleştirilen ana proje sıkı bir programla tasarlanmış ve 10 hafta devam etmiştir. Ana proje, pilot proje ile hemen hemen aynı adımları



izlemiş, sadece jenerik oluşturmak için son kısma ekleme yapılmıştır. Bu adımlar dijital hikaye anlatımını uygulamak için tek prosedür olmasa da, öğretmenler tarafından sınıflarında dijital öyküler oluşturmak amacıyla teknolojiyi entegre etmek veya kullanmak için kullanılabilirler.

Bulgular, bu projede dijital öyküleme uygulanmasının ekip çalışması becerilerini birçok yönden geliştirdiğini gösterdi. Ekip üyeleri arasında karşılıklı güven geliştirdi ve grup üyelerine ve projeye karşı sorumlulukla sonuçlandı. Ayrıca bu proje sonucunda öğrencilerin hatalarını görerek ve diğer üyelerden öğrenerek kendilerini geliştirdikleri belirtildi. Ayrıca bu proje, öğrencilerin fikirlerini diğer üyelere yansıtarak daha iyi bir çözüme ulaşmalarına yardımcı oldu. Kendilerini ifade etmekte ve fikirlerini paylaşmakta kendilerini özgür hissettiler; bunlar motivasyonlarını artırdı. Ayrıca projeye katkıda bulunmaları nedeniyle projeden gerçekten keyif aldılar ve bu da sürece daha fazla dahil olmalarına ve ekip çalışmasından daha fazla memnuniyet duymalarına neden oldu. Genel olarak, ekip çalışması bu örnekte öğrencilerin becerilerini geliştirmiş ve eğitim hayatlarına olumlu bir şekilde katkıda bulunmuştur.

Bu çalışmanın bulgularına göre, öğrencilerin ekip çalışması becerileri, Şekil 5'te gösterilen yön ve yeteneklerle birlikte artmıştır.



Şekil 5. Ekip çalışması ve ilgili beceriler (Öztürk and Tunç, 2017)



Erasmus+

c) Örnek 3. Ekip Çalışması Oyunlaştırma Modeli Aracılığıyla Dijital öyküleme

Bu örnek diğerlerine göre daha yakın zamanlıdır. Chujitarom (2020), yenilikçi bilgisayar sanatını teşvik etmek için ekip çalışması oyunlaştırma modelini kullanarak dijital öyküleme geliştirmek amacıyla Tayland'da bir çalışma yürütmüştür. Örneklem grubu, ilgili alanlarda 6 uzman ve 35 lisans öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırma metodolojisi dört aşamaya ayrılabilir:

Aşama 1, bilgisayar sanatı yeniliği yaratmak için ekip çalışması oyunlaştırma modeli aracılığıyla dijital bir hikaye anlatımının geliştirilmesidir. Bu şunları içeriyordu:

- Teorilerin ve ilgili araştırmaların incelenmesi,
- Bir araştırma çerçevesinin analizi ve sentezi,
- Ağırlıklı olarak dijital hikaye anlatımı, ekip çalışması, oyunlaştırma, bilgisayar sanatı, inovasyon ve öğretim tasarımına odaklanan bir modelin tasarımı ve geliştirilmesi
- Ölçme aracı kurmak,

Aşama 2, yenilikçi bilgisayar sanatını teşvik etmek için ekip çalışması oyunlaştırma modeli aracılığıyla dijital hikaye anlatımının değerlendirilmesi ve sertifikalandırılmasıdır. Bu şunları içeriyordu:

- Modelin uygunluğu açısından değerlendirilmek üzere 6 uzmana sunulması.
- Modelin uzmanların önerilerine göre geliştirilmesi
- Modelin diyagram şeklinde sentezlenmesi.

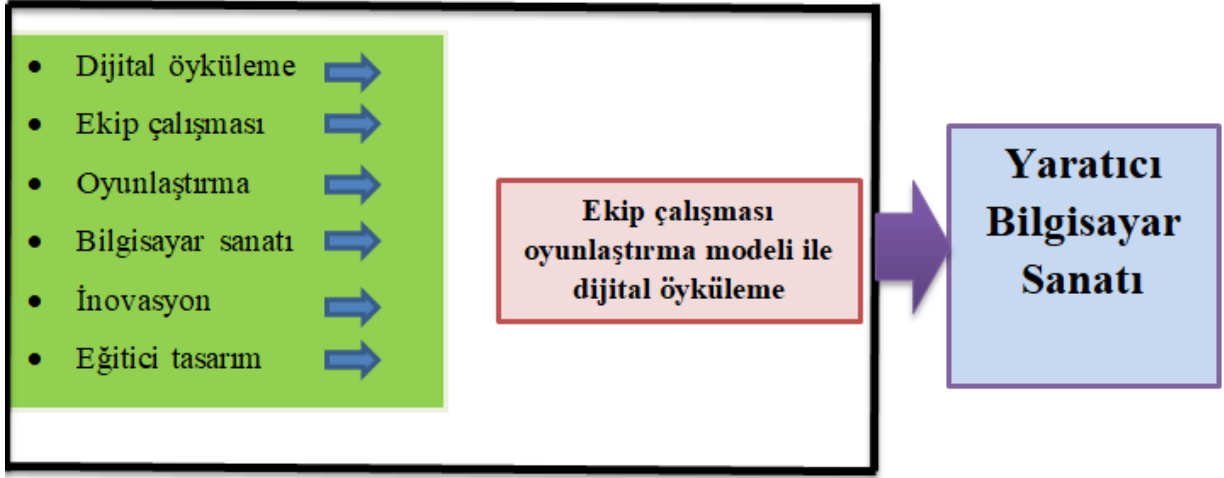
Aşama 3, Rangsit Üniversitesi Dijital Sanat Fakültesi, 2018 akademik yılı, 35 lisans öğrencisinden oluşan bir örneklem grubu kullanılarak modelin uygulanmasını içeriyordu. Bir şarkının sözlerini yorumlayarak birbirlerine bir hikaye anlatmaları istendi. Aynı şarkı tüm grup için kullanıldı. Herkes kendi kişisel fikrine göre, herhangi bir karakteri içeren, yaratıcı bir şekilde hikayesini anlatabilir. Bu nedenle, hepsi bir hikaye anlatıcısı olarak hareket etti ve dijital hikaye anlatımı süreci ile bir hikaye oluşturmaları istendi.

Ayrıca ekip başarısına ve ortak hedeflere bağlı kalarak, birbirine kalarak, kişilerarası beceriler sergileyerek, açık iletişim kurarak, olumlu geri bildirim alıp vererek, başarılı bir ekip oluşturmak için uygun ekip kompozisyonunu anlayarak, ekip süreçlerine kalarak liderlik göstererek ve hesap verebilirliği kabul ederek ekip olarak çalışmaya kararlıydılar. Görev, herkesin bir hikaye yazması ve şarkı başına bir cümle olmak üzere kendi yaratıcı fikirlerine dayalı kısa bir animasyon oluşturmaya başlamasıydı. Daha sonra herkes kısa animasyonu bir araya getirdi ve tüm şarkıyı birleştirdi. Çıktı, herkesin birer cümle düşünerek ve oluşturarak katıldığı uzun bir müzik animasyon videosudur. Bu, uzun bir müzik animasyonu videosu oluşturmaya geldiğinde zaman kazandırdı.

Aşama 4, bilgisayar sanatı yeniliğinin ölçümüdür. Örneklemi oluşturan 35 öğrenci, geliştirilen modelin bilgisayar sanatı inovasyon çıktısı olan montaj animasyonunu izleme fırsatı buldu.



Ardından, yenilikçi bilgisayar sanatı ürünü çıktısı Özgünlük, Ekonomik veya Sosyal fayda ve Bilgi ve Yaratıcılık Fikri ile ilgili 3 sorudan oluşan 'Evet' ve 'Hayır' seçeneği olan 2 seçenekli anketi doldurdular.



Şekil 6. Araştırma modeli süreci (Chujitarom, 2020).

6 uzmanın tamamı, geliştirilen modelin bilgisayar sanatı inovasyonu yaratma açısından en uygun seviyede olduğu konusunda hemfikirdi. Örneklemdaki 35 öğrenci, geliştirilen modelin çıktılarının yenilikçi bilgisayar sanatını geliştirme açısından yüksek ve uygun düzeyde olduğu konusunda hemfikirdi. Tüm bulgulardan, dijital öykülemenin oyunlaştırmaya ve ekip çalışmasına uygulanmasının kaliteli yenilikçi bilgisayar sanatına yol açabileceği sonucuna varılabilir. Bu, üretim süresinden tasarruf sağlayabilir, bütçeyi en aza indirebilir, üretkenliği artırabilir, özgünlüğü teşvik edebilir ve günümüz ekonomisine faydalı olabilir. Sonuç olarak, yenilikçi bilgisayar sanatı yaratmak için dijital hikaye anlatımı, oyunlaştırma ve ekip çalışması kullanılabilir. Bu, dijital ekonomiyi birçok yönden geliştirmeye yardımcı olacaktır.

d) Örnek 4. Teknolojik Bir Öğrenme Ortamında İşbirlikçi Bir Dijital Video Projesi

Bu raporda, Hafner ve Miller (2011), Hong Kong'da İngilizce eğitim veren bir üniversitede Bilim ve Teknoloji için İngilizce (EST) dersinin müfredat tasarımı ve uygulaması hakkında bilgi vermişlerdir. Kursun önemli bir bileşeni, öğrencilerin çok modlu bir bilimsel belgesel oluşturup paylaştığı, öğrenci merkezli bir dijital video projesiydi. Teknolojik açıdan zengin bir öğrenme ortamı yaratmak için bir dizi yeni teknoloji ve Web 2.0 platformu (YouTube ve Edublogs dahil) proje sürecine entegre edildi. Bu çalışmanın katılımcıları, EST'de bir kursa katılan 67 üniversite bilim öğrencisinden oluşan bir gruptan seçilmiştir.

Kurs öncelikle bir öğrencinin Bilim için İngilizce projesi etrafında organize edildi. Öğrencilere, kendi disiplinlerindeki uygulamalı laboratuvar veya proje çalışmasına benzer, basit bir deneyin prosedürünü detaylandıran bir proje istemi verildi. Projeyi tamamlamak için öğrenciler üç kişilik gruplar halinde çalıştılar:

1. arka plan araştırması yapmak ve deney için bir hipotez geliştirmek;
2. prosedürü ve sonuçları belgeleyerek deneyi gerçekleştirmek;
3. bulguları sınıf arkadaşlarına çok modlu bir bilimsel belgesel (kursun 7. haftasında teslim edilecek grup çalışması) ve yazılı bir bilimsel rapor (14. haftada teslim edilecek bireysel çalışma) şeklinde sunmak

Dijital video projesinde işbirlikçi öğrenmeyi kolaylaştırmak için bir sürü önlem alındı. Öğrencilerin proje ekiplerini oluşturmalarına yardımcı olmak için projeyi tamamlarken yerine getirmeleri gereken rolleri yansıtmalarını istendi, bu roller araştırmacı, saha çalışanı, senaryo yazarı, yönetmen, oyuncu, kamera operatörü ve kurgucu olabilirdi. Öğrencilere, tamamlayıcı ilgi ve becerilere sahip ekip arkadaşları belirlemeleri tavsiye edildi. Öğrencilere zaman yönetimi konusunda yardımcı olmak için projenin farklı aşamaları için net hedefler belirlendi ve sınıftaki öğrencilerle birlikte ilerleme gözden geçirildi. Örneğin, öğrencilerin dersin 4. haftasına kadar veri toplamalarını tamamlamaları ve 5. haftaya kadar senaryolarını geliştirmeleri bekleniyordu. Son olarak, öğrencilere ekiplerindeki grup dinamiklerini izlemede yardımcı olmak için, olası sorunlar hakkında kısa bir anket doldurarak ekip işleyişinin etkinliğini değerlendirmelerini istendi. Bu son stratejinin temel amacı, öğrencilerin olası problemler hakkında farkındalıklarını arttırmak ve ihtiyaç olması halinde bu problemlerin tartışılması için bir platform sağlamaktır.



- Planlama aşamasında öğrenciler, deneyleriyle ilgili bilgileri bulmak ve değerlendirmek için çeşitli İnternet arama motorlarını ve çevrimiçi veritabanlarını kullanmayı öğrendiler. Bu süreç, Webquest şeklini alan ve eleştirel okuryazarlık becerilerini geliştirmeyi amaçlayan bir sınıf içi okuma atölyesi ile desteklenmiştir.
- Çekim ve düzenleme aşamasında, öğrenciler görüntü ve film çekmek için DV kameraları ve anlatım, müzik, metin ve geçişler gibi basit efektler eklemek için

düzenleme yazılımlarını kullanmayı öğrendiler. Bu süreç, iki sınıf içi video atölyesi tarafından desteklenmiştir: 3. haftadaki ilk atölye çalışması, Windows için Photostory 3'ü kullanarak dijital bir hikaye oluşturmaya odaklandı; ikincisi, 6. haftada bir sorun giderme oturumuydu. Sınıfta tanıtılan teknolojik araçlara ek olarak, bir kurs Web sitesinde çevrimiçi kılavuzlar ve ekran görüntüleri aracılığıyla bir dizi başka araç (örneğin, Windows MovieMaker, iMovie) için teknik destek sağlandı ve öğrenciler bu diğer araçları keşfetmeye ve kullanmaya teşvik edildi.

- Son olarak paylaşım aşamasında öğrenciler ders YouTube kanalına videolarını yüklediler. Bunlar daha sonra kurs Weblog'una yerleştirildi ve öğrencilerin nihai ürünler hakkında yorum ve geri bildirim göndermelerine olanak sağladı. Bu çevrimiçi paylaşım, öğrencilerin birbirlerinin belgesellerini izledikleri ve geri bildirimde bulundukları sınıfta yüz yüze bir paylaşım oturumu ile desteklendi. Bu oturumun amacı, öğrencilere çalışmalarını sergileme ve belgesellerin oluşturulmasını kutlama fırsatı vermektir.

Öğrencilerin yorumları, dijital video projesini yeni, eğlenceli, zorlu ve anlamlı bulduklarını gösteriyor. Yorumları ayrıca dijital video projesine büyük yatırım yaptıklarını ve öğrenmelerinin birçok yönü üzerinde kontrolü ele almaya motive olduklarını gösteriyor: videolarının hazırlanmasında bağımsız olarak İngilizce pratik yapmak ve kullanmak, bilgi ararken İnternet'i bağımsız olarak keşfetmek, birbirlerinin öğrenmesini izlemek, dil ve içerik konularında akran desteği sağlamak için bir ekip olarak çalışmak ve Weblog kursunun öğrenme üzerine düşünmek için çevrimiçi bir alan olarak kullanmak. Bu raporlar, dijital video projesinin ve ilgili teknolojik öğrenme ortamının öğrencilere öğrenmelerini kontrol etme fırsatları sağladığını ve öğrencilerin özerk öğrenenler olarak kapasitelerini kullanmak için bunlardan yararlandıklarını göstermektedir.

e) Örnek 5. IOGGA - Bana Öykünü Anlat





Erasmus+

IOGGA (Inside Out: Growing Gender Awareness) Avrupa Komisyonu tarafından 9 ülkeden 24 katılımcının katıldığı ve Anthropolis Association tarafından yönetilen ve ev sahipliğinde Macaristan'ın Felsőörs kentinde gerçekleştirilen bir eğitim kursuydu. Bu yaygın öğrenme ortamında, eğitimin amacı, Avrupa'daki sosyal aktörlerin gençlerle gerçekleştirdiği faaliyetlerde toplumsal cinsiyet bilincini artırmaktı. Spesifik hedeflerden biri, sosyal çevremizdeki kişisel hikayeleri ve klişeleri yansıtmaktı. Bu özel amacı gerçekleştirmek için iki saatlik bir oturum tasarlanmış ve uygulanmıştır. Katılımcılar her grupta 4 üye olacak şekilde 6 gruba ayrıldı.

- Her gruptaki her üye, kendi grubundaki kendi hayatıyla ilgili bir anıyı paylaştı.
- Her grup üyesi diğerinin hikayesini bir flipchart üzerinde (metin, çizim, sembol vb. kullanarak) anlatmaya başladı.
- Diğer grup üyeleri kendi bakış açıları ve hayal güçleri ile birbirlerinin hikayelerine katkıda bulundular.
- Böylece her grup üyesi kendi hikayesini üç farklı kişinin gözünden ve hayal gücünden görmüş oldu.
- Flipchartlardaki hikayeler toplanarak fotoğrafları çekildi ve dijital ortama aktarıldı. Böylece eğitime katılan herkesin bir dijital hikayesi oldu.

Flipchartlardaki hikayeler toplanarak çekilen fotoğraflar ve dijital ortamda aktarıldı. İçerikler eğitime dahil olan bir dijital sistem oldu. Bu, dijital hikaye anlatımında kullanılabilecek yöntemlerden biridir. Bu oturumun sonunda katılımcılar arasındaki iletişim ve işbirliği arttı; ekip ruhu oluşur; karşılıklı güven ve empati arttı ve sonraki seanslardan daha fazla verim alındı.





Erasmus+

Kaynaklar

- Bencsik, A. (2009). Teamwork in education. *Problems of Education in 21st Century*, 10, 9-20.
- Chujitarom, W. (2020). Digital storytelling through teamwork gamification model to encourage innovative computer art. *TEM JOURNAL*, 9(2), 550-565.
- Cunsolo Willox, A., Harper, S. L., Edge, V. L. (2013). ‘My Word’: Storytelling and digital media lab, & rigolet inuit community government. *Qualitative Research*, 13(2), 127-147.
- Driskell, J.E., Salas, E., & Driskell, T. (2018). Foundations of teamwork and collaboration. *American Psychologist*, 73, 334–348.
- Hafner, C.A., & Miller, L. (2011). Fostering learner autonomy in English for science: A collaborative digital video project in a technological learning environment. *Language Learning & Technology*, 15(3), 68-86
- Hathorn, P. (2005). Using digital storytelling as a literacy tool for the inner city middle school youth. *The Charter Schools Resource Journal*, 1(1), 32-38
- Johnson D, W., Johnson, R. T., & Johnson-Holubec, E. (1998). *Cooperation in the classroom*. (7th ed.). Edina, MN: Interaction Book.
- Oliver, R. (2001). Developing e-learning environments that support knowledge construction in higher education. In S. Stoney & J. Burn (Eds). *Working for excellence in the e-economy*. (pp 407-416). Churchlands: Australia, We-B Centre.
- Ozturk, A. & Özlem, A. (2017). The effect of digital storytelling project on fine arts high school students' teamwork skills. *Journal of Educational and Instructional Studies in the World*, 7, 46-56.
- Petrucio, C. (2013). Digital storytelling for effective team building and competencies development. *EDULEARN13 Proceedings*, 6159-6165
- Richardson, V. (2003). Constructivist Pedagogy. *Teachers College Record*, 105, 1623-1640.
- Tarricone, P. & Luca, J. (2002) Successful teamwork: A case study, in *Quality Conversations, Proceedings of the 25th HERDSA Annual Conference, Perth, Western Australia, 7-10 July*, pp 640
- Vygotsky, L. (1978). *Mind in society*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Yang, Y-T. C., & Wu, W-C. I. (2012). Digital storytelling for enhancing student academic achievement, critical thinking, and learner motivation: A year-long experimental study. *Computers and Education*, 59(2), 339-352





Erasmus+

Yuksel, P., Robin, B. & McNeil, S. (2011). Educational uses of digital storytelling all around the world. In M. Koehler & P. Mishra (Eds.), *Proceedings of SITE 2011--Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (pp. 1264-1271).



