



StoryLand



ALAT ZA DIGITALNO PRIPOVJEDANJE

Sve što trebate znati da pripremite

Svoju digitalnu priču



Naziv projekta:

- ✓ Novi e-umjetnički pristup učenju engleskog za odrasle

Broj projekta:

- ✓ 2020-1-TR01-KA227-ADU-098764

Voditelj projekta:

- ✓ Uprava za obrazovanje pokrajine Van – Turska

Partneri na projektu:

- ✓ Zavod Boter -Slovenija
- ✓ UC LIMBURG - Belgija
- ✓ Sportsko učilište PES - hrvatski
- ✓ Van Edremit Halk Eğitimi Merkezi - Turska
- ✓ RS Planlama Proje İnşaat Eğitim Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi - Turska

“Financiran iz programa Erasmus+ Europske unije. Međutim, Europska komisija i Turska nacionalna agencija ne mogu se smatrati odgovornim za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u njima.”

Sadržaj

ALAT ZA DIGITALNO PRIPOVIJEDANJE	1
<i>Sadržaj</i>	3
<i>Popis tablica</i>	8
<i>Popis slika.....</i>	8
<i>Poglavlje 1.....</i>	9
<i>Osnovne digitalne vještine za korištenje digitalnih alata</i>	9
<i>Komunikacija.....</i>	9
<i>a) Formalna i neformalna komunikacija</i>	10
<i>b) Kako poslati e-mail</i>	11
<i>1) Privici e-pošte</i>	15
<i>2) Kako priložiti datoteku vašoj poruci.....</i>	15
<i>3) Primanje e-pošte s privitcima i zaštita</i>	16
<i>4) Kako znati jesu li privici e-pošte sigurni za preuzimanje?.....</i>	17
<i>c) Društveni mediji i društveni angažman</i>	17
<i>Transakcija.....</i>	19
<i>Online kupovina</i>	19
<i>1) Registracija</i>	19
<i>3) Kupnja putem interneta</i>	22
<i>4) Završetak kupnje i plaćanje.....</i>	25
<i>5) Kako sigurno kupovati</i>	28
<i>Kako biti siguran i legalan na internetu</i>	30
<i>a) Postavke i mjere privatnosti</i>	31
<i>b) Sa zrnom soli za zaštitu privatnosti</i>	32
<i>c) Izbjegavajte neželjenu poštu</i>	32
<i>d) Redovito ažurirajte svoju e-poštu</i>	32
<i>e) Pametne i skrivene lozinke</i>	34
<i>f) Kako odabrati pametne lozinke?</i>	35
<i>g) Kako zaštititi svoju lozinku</i>	36
<i>h) Što učiniti ako vam netko ukrade lozinku.....</i>	37
<i>i) Korištenje kolačića i privatnost</i>	38
<i>Temeljne digitalne vještine</i>	39
<i>a) Povezivanje na Internet.....</i>	39
<i>b) Korištenje preglednika</i>	42

c) Zaštita lozinki	43
Rukovanje informacijama i sadržajem.....	45
a) Korištenje tražilica	45
b) Razumijevanje pouzdanosti sadržaja	47
Rješavanje problema.....	48
a) Uvod	48
b) Korištenje mrežnih tutorijala.....	50
c) Značajne web stranice.....	50
Dijeljenje.....	55
a) Uvod	55
b) Najčešći oblici dijeljenja sadržaja:	55
c) Prednosti dijeljenja sadržaja	56
d) Ciljna skupina	57
e) Važni savjeti.....	57
f) Dijeljenje sadržaja na društvenim mrežama	58
g) Prilagodba sadržaja.....	58
h) Zakonito dijeljenje sadržaja.....	58
i) Dijeljenje sadržaja drugih ljudi	59
j) Kako potaknuti druge da podijele vaš sadržaj.....	60
Poglavlje 2	61
Koraci stvaranja.....	61
digitalno pripovijedanje	61
Odabir teme.....	62
Odabir ispravne poruke	64
a) Upoznajte svoju ciljnu skupinu	64
b) Povežite se sa svojom ciljnom grupom	64
c) Znajte koji cilj želite postići svojom pričom	65
d) Potkrijepite svoju priču slikama i činjenicama	65
e) Neka bude relevantno i specifično	65
f) Koristite napetost u svom pripovijedanju	66
Izrada skripte/Organiziranje priče.....	66
Odabir vizualnog i audio materijala za priču	68
Primjer digitalne priče – Powtoon	69
Poglavlje 3	73
Istraživanje književnosti na	73

Digitalno pripovijedanje	73
Digitalno pripovijedanje	74
a) <i>Pričanje priče</i>	74
b) <i>Digitalno pripovijedanje</i>	75
c) <i>Pojava i povijest digitalnog pripovijedanja</i>	76
d) <i>Definicije</i>	76
e) <i>21. stoljeće i digitalno pripovijedanje</i>	76
f) <i>Vrste digitalnog pripovijedanja</i>	78
1) <i>Osobne priče</i>	78
2) <i>Priče koje propituju povjesne događaje</i>	79
3) <i>Informacijske i nastavne priče</i>	79
g) <i>Osnovni elementi digitalnog pripovijedanja</i>	79
1) <i>Točka gledišta</i>	80
2) <i>Dramatično pitanje</i>	80
3) <i>Emocionalni sadržaj</i>	80
4) <i>Dar tvoga glasa</i>	81
5) <i>Snaga zvučnog zapisa</i>	81
6) <i>Ekonomija</i>	81
7) <i>Pacing</i>	81
h) <i>Proces stvaranja digitalnog pripovijedanja</i>	81
1) <i>Odabir teme</i>	82
2) <i>Istraživanje na tu temu</i>	82
3) <i>Pisanje prvog nacrtu scenarija</i>	83
4) <i>Dobivanje povratnih informacija o scenariju</i>	83
5) <i>Ispravak scenarija</i>	83
6) <i>Pronalaženje, proizvodnja i dodavanje slika</i>	83
7) <i>Briga o autorskim pravima</i>	84
8) <i>Izrada storyboarda</i>	84
9) <i>Izrada zvučnog zapisa</i>	84
10) <i>Dodavanje glazbe u pozadini</i>	84
11) <i>Stvaranje digitalne priče</i>	84
12) <i>Dijeljenje digitalne priče</i>	85
i) <i>Digitalni alati za pripovijedanje</i>	85
j) <i>Obrazovanje i digitalno pripovijedanje</i>	86

1) Za edukatore	86
2) Za studente	88
k) Digitalno pripovijedanje u obrazovanju odraslih.....	90
l) Istraživanja o digitalnom pripovijedanju i obrazovanju odraslih	92
Reference	94
Poglavlje 4	99
Više tehničkih detalja za materijale za digitalno pripovijedanje	99
Kako poboljšati svoje fotografске vještine?	101
a) Kako uslikati fotografiju sa svojim pametnim telefonom, korak po korak.....	101
1) Očistite leću	101
2) Dodirnite zaslon za fokusiranje slike	101
3) Nemojte zumirati digitalnim zumom	101
4) Držite telefon ravno	101
5) Pobrinite se da imate dobro osvjetljenje.....	101
6) Upoznajte funkcije svoje kamere.....	102
7) Isključite bljeskalicu.....	102
8) Koristite aplikaciju za uređivanje fotografija	102
9) Držite telefon mirno	102
10) Vježbate, vježbate, vježbate	102
b) Kompozicije na vašoj fotografiji	102
c) Što točno znače gledište i perspektiva?.....	104
Programi za uređivanje fotografija	108
a) Adobe Photoshop Express.....	109
b) GIMP.....	110
c) Paint.NET.....	111
d) Pixlr uređivač.....	112
e) Pixlr X.....	113
Kako napraviti snimku zaslona	114
a) Snimanje zaslona pomoću tipke Print Screen	114
b) Snimanje zaslona pomoću alata za izrezivanje	116
Programi za uređivanje videa.....	118
a) MoviePlus početno izdanje	118
b) ShotCut.....	118
c) Avidemux.....	118

<i>d) Free video Editor</i>	118
<i>e) iMovie</i>	119
<i>f) Video Toolbox</i>	119
<i>g) Magisto</i>	119
<i>h) WeVideo</i>	119
<i>i) Loopster</i>	120
<i>j) YouTube</i>	120
Dodavanje zvuka u vaš video	120
Poglavlje 5	125
Timski rad u digitalnom pripovijedanju	125
Predanost timskom uspjehu i zajedničkim ciljevima, a članovi tima imaju zajedničke ciljeve.....	128
Međuovisnost.....	129
Interpersonalne vještine	131
Otvorena komunikacija i pozitivne povratne informacije.....	132
Odgovarajući sastav tima	133
Predanost timskim procesima, vodstvu i odgovornosti.....	134
Timski rad i digitalno pripovijedanje	135
<i>a) Ideja 1. Vizualna poezija.....</i>	136
<i>b) Ideja 2: Traileri za knjige</i>	137
<i>c) Ideja 3: Izvješće o vijestima</i>	138
<i>c) Ideja 4: Video biografija.....</i>	138
<i>Ideja 5: Intervjui</i>	139
<i>d) Ideja 6: Priopćenje za javnost</i>	140
Primjeri	141
<i>a) Slučaj 1. Digitalno pripovijedanje za učinkovitu izgradnju tima i razvoj kompetencija</i>	141
<i>b) Slučaj 2. Utjecaj digitalnog pripovijedanja na vještine timskog rada</i>	143
<i>c) Slučaj 3. Digitalno pripovijedanje kroz model gamifikacije timskog rada</i>	146
<i>d) Slučaj 4. Suradnički digitalni video projekt u tehnološkom okruženju za učenje</i>	148
<i>e) Slučaj 5. IOGGA- Ispričaj mi svoju priču.....</i>	150
Reference	151

Popis tablica

Tablica 1. Zadaci i mediji za online komunikaciju	10
Tablica 2. Usporedba verbalnog pripovijedanja i digitalnog pripovijedanja	76
Tablica 3. Sedam elemenata digitalnog pripovijedanja	80
Tablica 4. Alati za digitalno pripovijedanje	86
Tablica 5. Smjernice za digitalno pripovijedanje za nastavnike (Robin, 2016.)	88
Tablica 6. Vještine poboljšane procesom digitalnog pripovijedanja	92
Tablica 7. Koraci dodavanja zvuka	121
Tablica 8. Proces prijave (Öztürk i Tunç, 2017.)	145

Popis slika

Slika 1. Vrste digitalnog pripovijedanja	79
Slika 2. Koraci stvaranja digitalne priče	83
Slika 3. Konvergencija digitalnog pripovijedanja u obrazovanju	91
Slika 4. Komponente timskog rada	129
Slika 5. Timski rad i povezane vještine (Öztürk i Tunç, 2017.)	146
Slika 6. Proces modela istraživanja (Chujitarom, 2020)	148

Poglavlje 1

Osnovne digitalne vještine za korištenje digitalnih alata

Komunikacija

a) Formalna i neformalna komunikacija

Za učinkovitu komunikaciju bitno je znati kako svoju poruku dostavljate publici kojoj je namijenjen. Prvo morate odlučiti što trebate reći u svojoj poruci. Postoje koraci koje možete poduzeti da biste lakše odlučili kako poslati poruku na najproduktivniji način. Ovisno o prirodi interakcije, korisnici bi trebali odabrati najprikladniji komunikacijski kanal.

Odredite kakvu poruku šaljete. Trebao bi se zapitati:

- Je li vaša poruka formalna ili neformalna?
- Trebaju li ove informacije biti referentne?
- Jesu li ove informacije hitne ili vremenski osjetljive?
- Prenosite li povjerljive ili osjetljive informacije?
- Jesu li ove informacije općenite ili specifične?
- Komunicirate li s pojedincem ili grupom?
- Je li pojedinac ravnopravan u hijrerarhiji, viši ili netko koga vodite?
- Trebate li prenijeti poruku svom timu ili cijeloj tvrtki?
- Je li to jednosmjerna ili dvosmjerna komunikacija (tj. zahtijeva li odgovor)?

Izbor medija ovisi uglavnom o situaciji u kojoj se nalazimo.

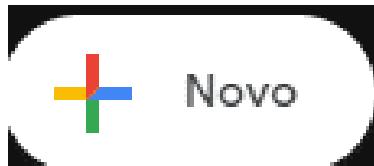
Evo nekoliko primjera:

Zadatak	Prijedlog
1. Zaposleniku morate objasniti široku temu u vezi s poslom	Organizirajte Zoom / Google Meet sastanak
2. Zatražite dokument od javnih tijela	Koristite poslovne komunikacijske platforme/aplikacije (e-mail, Skype)
3. Morate dogоворити online сastanak s potencijalnim klijentom	Pošaljite službeni e-mail odjelu i dogovorite termin.
4. Organizirajte ručak	Nazovite ili pošaljite e-mail i navedite pojedinosti svog zahtjeva.
5. Dubinski razgovor s prijateljem o temi koja nije vezana uz posao	Pošaljite poruku na Messenger, Instagram, Viber, Telegram ili pošaljite SMS
6. Zatražite službeni sastanak s odjelom ljudskih resursa	Javite se za razgovor nasamo

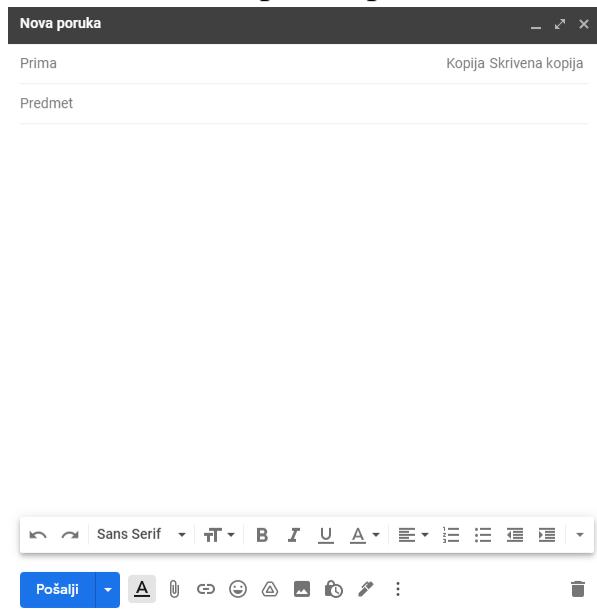


b) Kako poslati e-mail

E-pošta prirodno odgovara većini, ali unutar e-pošte ima više nego da samo sastavite i pošaljete poruku. Postoji mnogo dodatnih opcija za formatiranje Vaše poruke. U slučaju da prvi put koristite Gmail i već ste kreirali račun, kliknite gumb "Napiši" u gornjem lijevom kutu.



Ovo otvara novi prozor poruke.



Kliknite strelicu pored X u gornjem lijevom kutu. To čini poruku većom; kliknite ponovo da biste se vratili na normalnu veličinu.

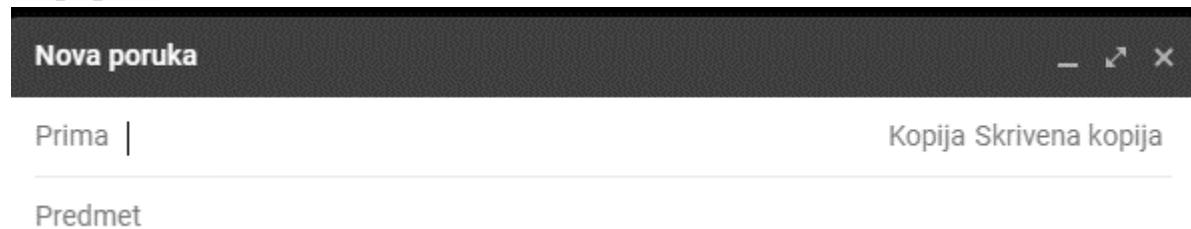
Prema zadanim postavkama, sve što vidite je polje "Prima". Ovdje unesite nečiju adresu e-pošte. Istu e-poštu možete poslati više osoba, ako to želite. Samo upišite

njihovu adresu e-pošte. Ako želite poslati CC ili BCC, kliknite gumb na kojem piše CC ili BCC. Ove opcije se pojavljuju kada kliknete na područje "Za".



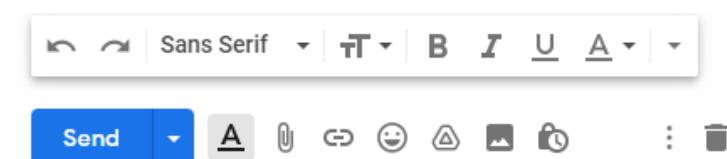
CC je kopija – kopija e-pošte koja će ići osobi za koju mislite da treba vidjeti e-poštu, ali ne mora nužno odgovoriti.

BCC je slijepa kopija. To znači da drugi ljudi ne mogu vidjeti kome ste ga poslali. Ako šaljete ogroman popis, jedan trik je da ga pošaljete sebi i BCC svima ostalima. Na ovaj način svi dobivaju ono što šaljete, ali ne mogu vidjeti sve ostale na popisu.

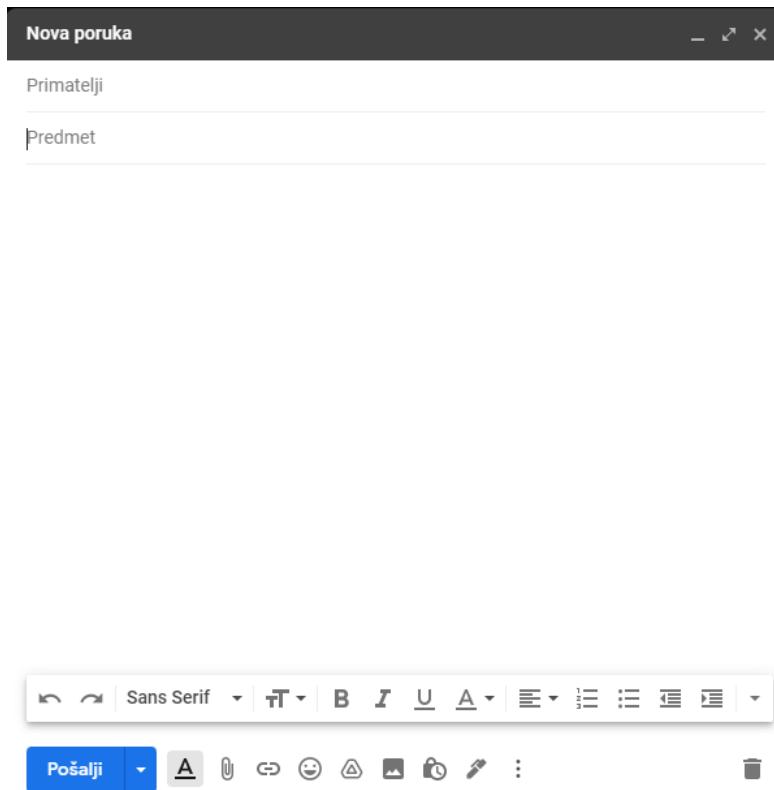


Ispod retka “Prima” (primatelja) možete pronaći redak predmet. Predmet je prvi tekst koji primatelji vide nakon vašeg imena pošiljatelja kada e-pošta stigne u njihovu pristiglu poštu. Važno je da redak predmeta e-pošte bude informativan, privlačan i kratak.

Kada počnete tipkati u tijelu, vidjet ćete traku za formatiranje. Ako ga ne vidite, pritisnite A pored Pošalji. Možete dodati emojije i u predmet, ali ovdje ne možete promjeniti oblikovanje—na primjer, ne možete podebljati predmet.



Izbornik ostalih opcija nalazi se na dnu poruke: spajalica prilaže datoteku, ona do nje umeće vezu u poruku, lice umeće emoji, trokut je Google Drive (ako imate datoteku koju želite priložiti koja je na Google Drive), a pored je i opcija za umetnuti sliku.



Mali gumb sa satom stavlja e-poštu u povjerljivi način rada. Povjerljivi način rada oduzima osobi mogućnost prosljeđivanja, ispisa ili kopiranja poruke. Također možete postaviti ograničenja kada da poruka istekne ili postaviti SMS kod.

Povjerljivi način

Primatelji neće moći proslijediti, kopirati, ispisati niti preuzeti ovu e-poruku. [Saznajte više](#)

POSTAVI ISTEK

Istječe za 1 tjedan ▾ pon, 29. kol 2022.

OBVEZNA ŠIFRA ZAPORKE

Sve će šifre zaporce generirati Google. [?](#)

Ne šalji kod SMS-om Kod poslan SMS-om

Odbaci

Spremi

Tijelo e-poruke je u biti pismo unutar omotnice. Zamislite kako čitate pismo koje ste primili poštom. Otvarate omotnicu i otvarate papir kako biste vidjeli sadržaj poruke.

Skica je spremljena

— ↗ ✖

Primatelji

Veliko otvorenje foto studija!

Bok svima,

Imam uzbudljive vijesti za vas. Ove **subote** otvara se moj novi studio EC Fotografija. Bilo bi mi drago ako možete doći. Otvorene će se održati od 10 do 16 sati. Biti će zabavnog sadržaja i puno hrane, tako da dođite i uživajte!

Nadam se da se vidimo!

Elena Casarosa



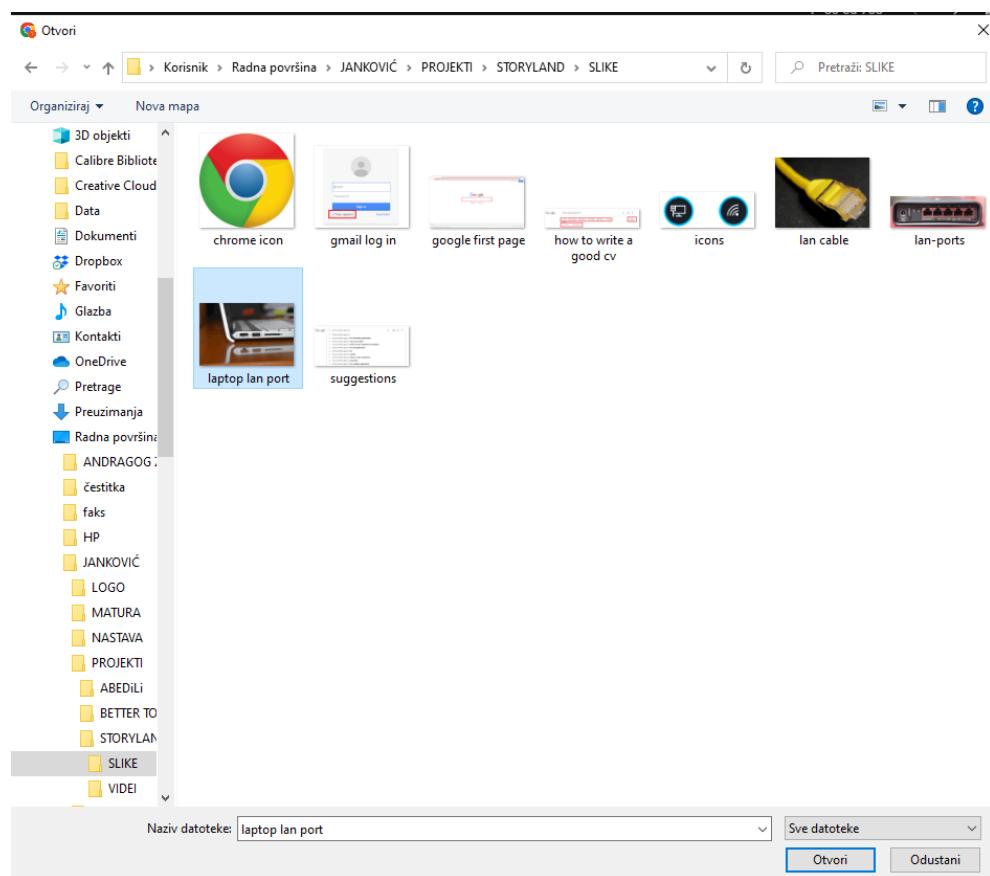


1) Privici e-pošte

Popularna upotreba e-pošte je distribucija računalnih datoteka (tekstualnih datoteka, dokumenata, proračunskih tablica, PDF-ova). To se postiže tako da se datoteka "priloži" poruci e-pošte, a zatim se datoteka s porukom pošalje primatelju. Gotovo bilo koja vrsta podatkovne datoteke može se priložiti poruci e-pošte radi prijenosa. Primitak može imati različite formate i veličine. To može biti tekstualna datoteka, skenirane datoteke, obrasci, slike i video zapisi.

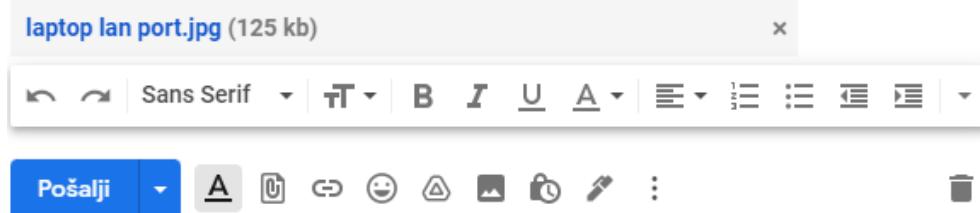
2) Kako priložiti datoteku vašoj poruci

Pri dnu prozora poruke kliknite Priloži. To je gumb sa simbolom spajalice. Ovo otvara novi prozor poruke. Odaberite datoteke koje želite prenijeti. Dvaput kliknite na datoteku ili kliknite "prenesi". Možete prenijeti više datoteka odjednom.



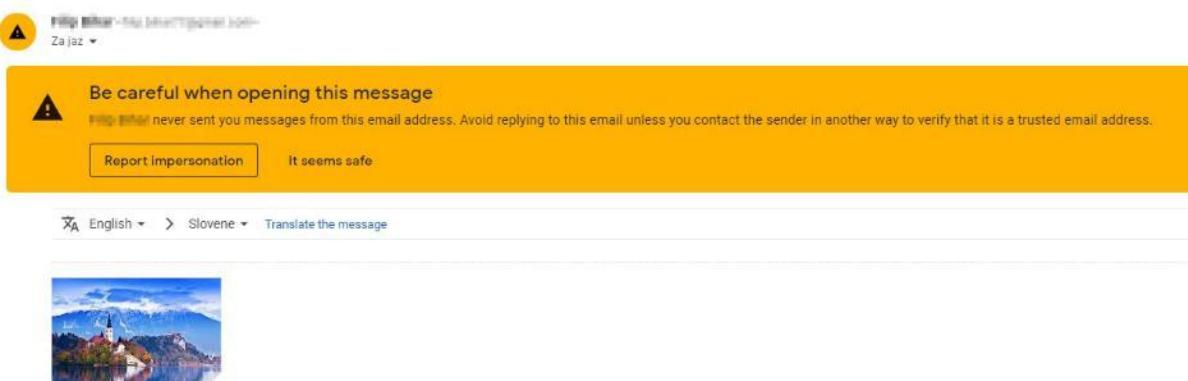
Kliknite Otvori. Datoteka je sada priložena. Preporuča se da spomenete priloženu datoteku negdje u tijelu e-pošte prije slanja, kako u formalnim tako i u neformalnim situacijama.

Pričekajte nekoliko sekundi da računalo učita datoteku. Priložena datoteka pojavit će se na dnu prozora s porukom. Vaša poruka s privitkom je pripremljena.



3) Primanje e-pošte s privitcima i zaštita

Gmail vas može upozoriti da primljena poruka može sadržavati zlonamjerne datoteke. Ako poznajete pošiljatelja, nemate razloga za brigu. Iako je vrijedno provjeriti pošiljatelj je stvarno osoba za koju mislite da jest.



Kada zadržite pokazivač iznad priložene datoteke, iznad minijature pojavljuju se tri gumba. Možete preuzeti datoteku na svoje računalo, spremiti je na svoj Disk (Googleova pohrana gdje možete spremati datoteke) ili, ako je priložena datoteka fotografija, spremiti je u svoju pohranu fotografija.



4) Kako znati jesu li privici e-pošte sigurni za preuzimanje?

Slanje privitaka nažalost stvara priliku za distribuciju zlonamjernog softvera. Programi e-pošte obično ne otvaraju privitke automatski, pa su korištene druge metode kako bi se primatelj uvjerio da ručno otvara privitke. To se zove "društveni inženjering", napad osmišljen da vas natjera da poduzmete radnju - da kliknete na privitak. Napadači neprestano smišljaju nove taktike društvenog inženjeringa kako bi prevarili korisnike da instaliraju (otvaraju privitak) zlonamjerne programe.

Kako možemo znati je li privitak siguran za preuzimanje?

Neke nedavne taktike društvenog inženjeringa koje koriste e-poštu su:

- prilagođeni tekst osobne poruke ("Dragi Ivane, ..." ili "pogledajte priloženi račun za...")
- lažira se (krivotvoriti) ime pošiljatelja tako da izgleda da je od nekoga koga poznajete ("ime_prezime@unizg.hr")
- poruka je prijeteća ("vaš će račun biti zatvoren osim ako...")
- poruka izgleda službeno npr. poslano s ("support@microsoft.com")
- privitak izgleda bezopasno ("slike_godišnjeg_odmora.php")

c) Društveni mediji i društveni angažman

Društvena mreža je web stranica koja korisnicima omogućuje povezivanje i međusobno dijeljenje svojih misli, aktivnosti, slika, videa i drugih medija. Kao internetska mreža, povezuje prijatelje i članove obitelji, uključujući bivše školske kolege, suradnike i susjede. Različite platforme društvenih medija koriste se u posebne svrhe. Primjerice, izražavanje kreativnosti najčešće je na Tok-toku ili Instagramu, a promoviranje nečije karijere uobičajeno je na LinkedInu.

Svaku vrstu društvenih medija možete koristiti na različite načine. Ovdje su četiri glavne vrste društvenih medija zajedno sa strategijama kako izvući maksimum iz njihovog korištenja:

- Blogovi šire vaš glas i stvaraju rasprave s publikom.
- Forumi pružaju pomoć korisnicima i omogućuju korisnicima da pomognu drugima.
- Mikroblogovi ističu razgovore i dijele brze dijelove informacija — također se mogu koristiti za praćenje važnih rasprava.
- Društvene mreže služe kao prikupljalište svega što član mreže želi podijeliti od vijesti, događaja, videa, anketa i stvaranja zajednice oko rasprava.

Društveni mediji velikim dijelom predstavljaju krajolik u kojem vi, vaši prijatelji (ili čak vaši kupci) možete komunicirati. Svatko može stupiti u kontakt s vama. Nažalost, to stvara priliku za distribuciju zlonamjernog softvera...

Evo nekoliko savjeta kako zaštititi svoje osobne podatke na društvenim mrežama:

- Pazite što dijelite
- Čuvajte osobne podatke
- Potvrdite zahtjeve za prijateljstvo i blokirajte lažne račune
- Odjavite se sa svojih računa nakon upotrebe
- Koristite jaku lozinku ili koristite upravitelja lozinki
- Dodajte dvofaktorsku autentifikaciju za svaki društveni račun
- Postavite sigurnosne odgovore i ažurirajte svoje postavke privatnosti
- Redovito provjeravajte svoj poštanski sandučić kako biste provjerili sumnjive pokušaje prijave

Imajte na umu da čak i linkovi koji izgledaju kao da potječu od prijatelja ponekad mogu sadržavati štetan softver ili biti dio phishing napada. Ako ste uopće sumnjičavi, nemojte ga kliknuti. Obratite se svom prijatelju da prvo provjerite valjanost poveznice. Također, provjerite znate li kako pristupiti i koristiti postavke privatnosti društvenih medija koje koristite. Ako ste korisnik Facebooka, Twiterra ili LinkedIna i želite znati kako upravljati postavkama privatnosti društvenih

medija, više možete pročitati ovdje: <https://www.socialpilot.co/blog/ultimate-guide-manage-social-media-privacy-settings>

Transakcija

Online kupovina

Možda ste čuli izraz "e-trgovina" ili "elektronička trgovina". Odnosi se na online poslovne transakcije. Definira se kao "kupnja proizvoda ili usluga putem interneta".

Kupnja putem interneta posebno je praktična za kupce kojima kupnja u stvarnom svijetu može biti nezgodna. Gotovo svaki veliki trgovac danas ima izlog na internetu, koji nudi sličan, ako ne i proširen, izbor onome što možete pronaći na policama njihovih fizičkih trgovina.

Kupnja putem interneta zapravo je jednostavna; sve što trebate je vaše računalo, kreditna kartica—i internetska veza. Iskustvo internetske kupovine slično je od trgovca do trgovca. Obično prolazite kroz proces u više koraka koji ide od otkrivanja do naručivanja do naplate i plaćanja.

1) Registracija

Neke web stranice traže da kreirate račun kako biste izvršili kupnju. Većina web stranica omogućuje vam naplatu kao gostu. Ako namjeravate redovito koristiti stranicu, registrirajte se za račun, razmislite o registraciji, jer je proces naručivanja/plaćanja puno brži.

Korisnici spremaju svoje osobne podatke (e-mail, puno ime, adresu) kako bi stvorili profil zaštićen lozinkom. Želite biti sigurni da su vaše lozinke jake, dugačke i različite za svaku web-lokaciju na kojoj kupujete. To će otežati hakiranje vašeg računa i dodatno zaštiti vašu privatnost.

Korisnik obično mora odgovoriti na e-poruku "Potvrди registraciju" poslanu nakon uspješne registracije kako bi potvrdio svoju adresu e-pošte i aktivirao svoj račun. Korisnik to čini klikom na jedinstvenu aktivacijsku vezu koja mu je poslana putem e-pošte.



Erasmus+



Stvorite račun

Tvoje ime**Broj mobitela ili email****Zaporka**i Lozinka mora sadržavati najmanje 6 znakova.**Zaporka ponovo****Nastaviti**

Stvaranjem računa pristajete na Amazonove [Uvjete korištenja i prodaje](#). Pročitajte [našu obavijest o privatnosti](#), [našu obavijest o kolačićima](#) i [našu obavijest o oglašavanju na temelju interesa](#).

Već imate račun? [Prijaviti se](#)

Kupnja za posao? [Napravite besplatni poslovni račun](#)

2) Pretraga

Nakon što ste odredili gdje ćete kupovati, možete pregledavati različite kategorije proizvoda na toj web-lokaciji ili upotrijebiti značajku pretraživanja web-lokacije da biste pronašli određeni proizvod.

Pregledavanje kategorija proizvoda na mreži slično je pregledavanju odjela maloprodajne trgovine. Obično kliknete vezu za pristup glavnoj kategoriji proizvoda, a zatim kliknete na daljnje veze za pregled podkategorija unutar glavne kategorije. Na primjer, glavna kategorija može biti Odjeća; potkategorije mogu biti muška, ženska i dječja odjeća. Ako kliknete na vezu za muškarce, možda ćete vidjeti popis dalnjih potkategorija: gornja odjeća, košulje, hlače i slično.



Erasmus+

Pozdrav, prijavite se

← GLAVNI IZBORNIK

Odjeće, Obuće, Nakita I Dodataka

Amazonska moda

žene

Muškarci

Djevojke

dečki

Dijete

Ako tražite određenu stavku, možete unijeti riječi u okvir za pretraživanje web-mesta i dobiti popis određenih stavki koje odgovaraju vašim kriterijima.

The screenshot shows the Amazon.de homepage. A search bar at the top has the word 'svi' selected. A dropdown menu is open, listing various product categories: Svi odjeli, Alexa vještine, Amazon uređaji, Amazon Global Store, Amazonovo skladište, Odjeća, Aplikacije i igre, Zvučne audio knjige, Automobilizam, Dijete, knjige, Kamera i fotografija, CD-i i vinil, Klasična glazba, Računalna i dodatna oprema, Digitalna glazba, DVD & Blu-ray, Elektronika i fotografija, Moda, and Vrt i na otvorenom. The background of the page features a large image of a train and a map with location pins.

Web-mjesta vam često omogućuju sortiranje i filtriranje rezultata na različite načine. Obično označavanjem željenih karakteristika artikla (vrsta, marka, recenzije, cijena itd.)

Pregled kupaca

-  & gore
-  & gore
-  & gore
-  & gore

Cijena (cijena)

- Do 5 EUR
- 5 do 10 EUR
- 10 do 20 EUR
- 20 do 50 EUR
- 50 EUR i više

€ Min

€ Maks

Jezik knjige

- njemački
- Engleski
- nizozemski

Novi datum dolaska

- Posljednjih 30 dana
- Posljednjih 90 dana

3) Kupnja putem interneta

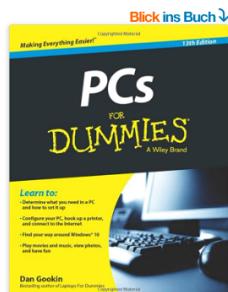
Kada plaćate robu ili usluge debitnom karticom, imate opciju da se plaćanje obradi na dva različita načina. To može biti:

- izvanmrežna transakcija putem mreže za obradu kreditnih kartica
- online transakcija putem EFT sustava, koja zahtijeva osobni identifikacijski broj (PIN) za dovršetak procesa.

Negdje na svakoj stranici s opisom proizvoda trebao bi biti gumb s oznakom Kupi, Kupi odmah, Dodaj u košaricu ili nešto slično. Morate ručno kliknuti taj gumb da biste naručili.



Erasmus+



PCs For Dummies Meki uvez – 25. prosinca 2015

englesko izdanje | autora Dana Goekina (Autor)

★★★★★ 362 ocjene

Pogledajte sve formate i izdanja

Izdanie Kindle 17,08 €

Meki uvez 18,99 €

Čitate u našu besplatnu aplikaciju

6 Koristeno od 14,10 €

9 Novo od 15,92 €

Najprodavanija PC referenca na planetu - sada dostupna u svom 13. izdanju

Potpuno ažurirano kako bi pokrilo najnoviju tehnologiju i softver, 13. izdanje PCs For Dummies bavi se korištenjem računala na prijateljski, ljudski način. Uredotočen na potrebe korisnika računala početnika, a istovremeno ciljujući na one koji su upoznati s osobnim računalima, ali trebaju brzo koristiti najnoviju verziju sustava Windows. Ovaj praktični vodič uklanja strah od rada s osobnim računalom.

→ Čitaj više

□ Prijavite netočne podatke o proizvodu.

Duljina ispisa

368 stranica

Jezik

Engleski

Izdačač

Za lutke

Datum objave

25. prosinca 2015

Dimenzije

18,8 x 2,03 x 23,5 cm

ISBN-10

1119041775

● Kupi novo:

18,99 €

Cijene artikala koje prodaje Amazon uključuju PDV. Ovisno o vašoj adresi za dostavu, PDV može varirati na blagajni. Za ostale artikle pogledajte detalje

Dostava 9,99 €Srijeda, 7. rujna

Ili najbrža dostavaPetak, 2. rujna

◎ Dostava u Hrvatsku

Još samo 20 na zalihamu (više na putu).

Kao alternativa, e-knjiga Kindle dostupna je sada i može se čitati na bilo kojem uređaju s besplatnom aplikacijom Kindle.

Količina: 1 ▾

Dodaj u košaricu

Kupi sada

Kada kliknete gumb "Kupi", ta se stavka dodaje u vašu virtualnu košaricu. Možda ćete vidjeti ikonu kolica s brojnim predmetima u gornjem desnom kutu. To ovisi o prodavaču.

● Kupi novo:

18,99 €

Cijene artikala koje prodaje Amazon uključuju PDV. Ovisno o vašoj adresi za dostavu, PDV može varirati na blagajni. Za ostale artikle pogledajte detalje

Dostava 9,99 €Srijeda, 7. rujna

Ili najbrža dostavaPetak, 2. rujna

◎ Dostava u Hrvatsku

Još samo 20 na zalihamu (više na putu).

Kao alternativa, e-knjiga Kindle dostupna je sada i može se čitati na bilo kojem uređaju s besplatnom aplikacijom Kindle.

Količina: 1 ▾

Dodaj u košaricu

Kupi sada

Nakon što stavite proizvode (ili usluge) u košaricu, zapravo još niste dovršili kupnju. Možete čak odlučiti napustiti svoju košaricu i ne kupiti ništa u ovom trenutku.

Nakon što ste naručili proizvod i stavili ga u košaricu, možete odabratи kupnju drugih proizvoda na toj web-lokaciji ili nastaviti s naplatom web-mjesta.

U sljedećem koraku možete pregledati svoju kupnju. Naplata pruža posljednju priliku da promijenite svoju narudžbu. Obično se sastoji od jedne ili više web stranica s obrascima koje morate ispuniti. Provjerite jeste li naručili artikle koje želite i pravu količinu. Ako ipak odlučite ne kupiti neki predmet, možete ga ukloniti. Također možete imati mogućnost odabira različitih vrsta dostave za svoju narudžbu. Mnogi trgovci nude i redovitu i ubrzalu dostavu. Neki vam također mogu ponuditi grupiranje svih artikala za smanjenu cijenu dostave. Imajte na umu da promjena vrste dostave može utjecati na troškove dostave.



Dodaj novu adresu

 Ili pronađite Amazonovu lokaciju za preuzimanje u vašoj blizini >

Uštedite vrijeme. Automatsko popunjavanje vašeg trenutne lokacije.

Automatsko
popunjavanje

Država/regija

Njemačka

Puno ime

danny

Broj telefona

Zašto? ▾

|

Adresa

Naziv ulice i broj, mjesto preuzimanja

Naziv tvrtke, poštanski pretinac, c/o, Pakadoo PAK-ID itd.

PLZ

Mjesto/grad

Neka ovo bude moja zadana adresa

Upute za dostavu (nije obavezno)

✓ Dodajte postavke, bilješke, pristupne kodove i još mnogo toga

Dodajte adresu

Stranica bi mogla zapamtiti neke od vaših osobnih podataka iz vašeg prethodnog posjeta ili ako ste svoje podatke unijeli u procesu registracije. Samo to morate potvrditi.

1 Odaberite adresu za dostavu

[Zatvoriti](#)

Vaše adrese	Dostava na više od jedne adrese?
<p><input checked="" type="radio"/> danny varsaska 17 10000 zagreb hrvatska, zagreb, 10000, Njemačka, Broj telefona: +385953732250 Uredi adresu Dodajte upute za dostavu</p> <p>+ Dodaj novu adresu</p>	
Koristite ovu adresu	

Nakon

4) Završetak kupnje i plaćanje

Da biste nastavili na sljedeći korak, možda ćete morati kliknuti na "Naručite" ili nešto slično.

Primatelj treba popuniti sve okvire označene zvjezdicom kao što su e-pošta, ime i adresa. U idealnom slučaju, trebali biste unijeti i svoj telefonski broj, u slučaju da prijevoznik mora nazvati kako bi dogovorili dostavu. Neka web-mjesta trebaju vašu potvrdu da ste pročitali njihove uvjete i odredbe, stoga nemojte zaboraviti označiti i ovaj okvir, a zatim kliknite na Nastavi na sljedeći korak.

I have read and agree to the [Terms and conditions](#) *

[CONTINUE TO NEXT STEP](#)

or

[GO BACK](#)

Na kraju unesite podatke o kreditnoj ili debitnoj kartici i sve ostale potrebne podatke. Kliknite Potvrdi pojedinosti o kartici ako želite izvršiti uplatu.



2 Dodajte način plaćanja

Dodajte kreditnu ili debitnu karticu

+ [Dodajte kreditnu ili debitnu karticu](#) > Amazon prihvata sve glavne kreditne kartice.

Ostali načini plaćanja

+ [Dodajte tekući račun](#)

Molimo koristite svoj Euro SEPA bankovni račun sa sjedištem u EU.

[Saznajte više](#)

+ [Mjesečni račun](#)

Sve kupovine obračunavaju se mjesečno na zbirnom e-računu. Besplatno uz plaćanje na vrijeme.

[Saznajte više](#)

+ [Platite s iDEAL](#)

-om Koristite iDEAL za povezivanje sa svojom nizozemskom bankom i kupnjom.

[Saznajte više](#)

+ [Platite s Przelewy24 \(za poljske bankovne račune\)](#)

Koristite Przelewy24 za povezivanje sa svojom poljskom bankom i plaćanje u zlotima.

[Saznajte više](#)

+ [Platite s Bancontactom](#)

Koristite Bancontact za povezivanje sa svojom belgijskom bankom i kupnjom.

[Saznajte više](#)

+ [Platite BLIK](#)

-om. Sigurno koristite blik za plaćanje kupnje

[. Saznajte više](#)

Vaš raspoloživi saldo

Unesite darovnu karticu, vaučer ili promotivni kod

+

Unesite naziv kartice, broj kartice (bez razmaka ili crtica) i odaberite datum isteka. Prodavatelj i agent za korisničku podršku ne mogu vidjeti puni broj kartice bez odobrenja vaše banke.

U sljedećem koraku pojavljuje se poruka vaše banke koja traži lozinku. Istodobno im se putem SMS poruke na mobitel šalje jednokratna lozinka kojom se

provjerava identitet. Uz jednokratne lozinke lako je provjeravati autentičnost novih korisnika, sigurne prijave na račune i zaštititi transakcije.

To je sve o tome. Kupujete, pregledavate proizvod, naručujete, nastavljate s naplatom i plaćate. Većina online trgovaca također vam šalje poruku potvrde, uključujući te iste informacije, putem e-pošte.

Nakon što izvršite transakciju, ispišite ili spremite svoj zapis o transakciji. Čuvanje papirnatog traga vaše kupnje bit će dragocjeno u slučaju da kasnije budete morali nešto osporiti.

Nikada ne šaljite gotovinu poštom, ne koristite sumnjive usluge prijenosa novca, ne dajte svoj identifikacijski broj i ne šaljite podatke o kreditnoj kartici putem e-pošte. Legitimni trgovci to nikada neće tražiti. Ako je tako, to je siguran znak da ćete biti prevareni.

5) *Kako sigurno kupovati*

Možda se pitate: "Koje opće mjere opreza treba poduzeti tijekom obavljanja online transakcija?" Dobro je istražiti što kupujete i od koga kupujete. Kako biste zaštitili osjetljive podatke kao što su brojevi kreditnih kartica, izbjegavajte korištenje javnog WIFI-ja ili javnih računala, kao što su računala u knjižnicama. Ako kupujete na nepoznatoj stranici, svakako potražite "https://" u adresnoj traci i simbol lokota u adresnoj traci. Ove stvari pokazuju da je stranica SSL šifrirana, što znači da pruža sigurnost potrebnu za bolju zaštitu vaših osobnih podataka.



Pobrinite se da online trgovac prikazuje svoje kontakt podatke i nudi više načina za povezivanje. Želite imati mogućnost nazvati prodavača ako nešto pođe po zlu — a ne oslanjati se samo na komunikaciju putem e-pošte.

Vaš korisnički račun

 Vaše narudžbe Pratite, vratite ili kupite stvari ponovo	 Prijava i sigurnost Uredite prijavu, ime i broj mobitela	 premijera Pogledajte pogodnosti i postavke plaćanja
 Vaše adrese Uredite adrese i postavke dostave za narudžbe i darove	 Vaša plaćanja Pregledajte sve transakcije, upravljajte načinima plaćanja i postavkama	 Poklon kartice i nadopłata Pogledajte stanje ili iskoristite karticu
 Centar za poruke Pregledajte svoje poruke prodavača na Amazonu i Marketplaceu	 Pomozite Pregledajte dostupne teme pomoći	 Mobilna aplikacija Amazon Preuzmite aplikaciju Amazon

Potražite politiku povrata stranice i jamstvo zadovoljstva. Želite biti sigurni da ćete stupiti u lak kontakt ako vam se ne sviđa ono što ste naručili.



Erasmus+

Pomoć i korisnička služba

[Sve teme pomoći](#)

Povratak

[O našim pravilima povrata](#)

Brza rješenja

-  Vaše narudžbe
Pratite ili otkažite
narudžbe
-  Povrati i povrat
novca
Zamjena ili povrat
predmeta
-  Upravljanje Prime
Otkažite ili pogledajte
pogodnosti
-  Postavke plaćanja
Dodajte ili uredite
načine plaćanja
-  Informacije o
prijevozniku
Informacije o
prijevozniku
-  Postavke računa
Promjena e-pošte ili
lozinke

Pronađite više rješenja



Povrati i povrati > Povrati >

O našim pravilima povrata

Amazon.com i većina prodavača na Amazon.com nude povrat artikala u roku od 30 dana od primitka pošiljke.

Napomena: Trebate li vratiti artikl? Idite u [Centar za povrate](#)

Politika povrata Amazon.com

Artikli poslati s Amazon.com, uključujući Amazon Warehouse, mogu se vratiti unutar 30 dana od isporuke, uz neke iznimke:

- Za informacije o proizvodima koji se ne mogu vratiti pogledajte [Artikli koji se ne mogu vratiti](#).
- Kako biste utvrdili ima li proizvod koji prodaje Amazon.com duži rok povrata, pronađite vrstu proizvoda u nastavku. Ako vrsta proizvoda nije navedena ili ne navodi drugi vremenski okvir povrata, primjenjuje se naša standardna politika povrata od 30 dana.
- Iako većina prodavača nudi politiku povrata koja je jednaka Amazonovoj, neka se politika povrata može razlikovati. Ako prodavateljev unos ispunjava uvjete za Amazon Prime, bit će podložan istim pravilima povrata kao artikli koje ispunjava Amazon.com koji su navedeni na ovoj stranici. Za više informacija o povratu prodavateljima trećim stranama pogledajte [Povrati prodavateljima trećim stranama](#).
- Za proizvode kupljene u Amazon Global Store, pogledajte [Amazon Global Store Returns](#).
- Za informacije o vremenu povrata pogledajte [Povrati](#).
- Ako ste greškom vratili artikl na Amazon ili uključili nešto što nije namijenjeno Amazonu u povrat, pogledajte [Pogrešni povrati](#).

Prije nego što naručite. Ugledna stranica trebala bi vam reći ima li artikla na zalihamu i koliko će vremena trebati za isporuku

Mnogi prodavači također vam dopuštaju korištenje PayPal-a za plaćanje kreditnom ili debitnom karticom ili elektroničkim prijenosom sredstava iz vaše banke. Preporuča se da se podaci o debitnoj/kreditnoj kartici ne spremaju dok obavljate bilo kakvu online kupnju. To će pomoći da se izbjegne svaki rizik od krađe podataka o kartici. Iako se čini malo nezgodnim unositi svoje podatke svaki put kada nešto želite kupiti.

Add a credit or debit card

Card number

Name on card

Expiration date 01 2022

Save for future purchases [Learn more](#)

Yes No

Amazon accepts all major credit and debit cards:


Neki poznati posrednici plaćanja su:

www.storyland-project.com



29 | Stranica

info@storyland-project.com

- PayPal
- Amazon Pay
- Google Pay
- American Express
- Apple Pay
- Masterpass

Usluga internetskog plaćanja kao što je PayPal čuva podatke o vašoj kreditnoj kartici pohranjene na sigurnom poslužitelju, omogućujući vam da kupujete putem njih, bez otkrivanja osjetljivih podataka trgovcima.

Kako biti siguran i legalan na internetu

Internet, je općenito računalna mreža koja povezuje nekoliko računala. Internet je javno dostupan međunarodno povezan računalni sustav zajedno s informacijama i uslugama za korisnike. Sustav koristi način rada TCP/IP komunikacijskog protokola koji se može poslati u paketima. Vještina povezivanja mreža na ovaj način naziva se internetskim radom. Uobičajeno, internet se često odnosi na usluge kao što su World Wide Web (WWW), e-pošta i online chat.



a) Postavke i mjere privatnosti

Evo što biste trebali uzeti u obzir kada je u pitanju sigurnost na internetu:

- Postavite svoj preglednik tako da možete pregledavati web bez ostavljanja traga.
- Provjerite imate li pametne postavke privatnosti na društvenim mrežama. Ni na koji način i ni u kojem slučaju ne dijeli lozinku s prijateljima, dečkom/djevojkom itd. čak i najbliže veze mogu prekinuti, ali ako netko ima našu lozinku, može učiniti mnogo stvari u vaše ime (krađa identiteta), a s tim i mnogo štete.
- Pročitajte uvjete korištenja online ili mobilnih usluga koje koristite i saznajte može li svatko prenijeti podatke koje unosimo na njihovu stranicu.
 - Budite oprezni pri ispunjavanju online obrazaca. Također možete mirno razmišljati o nekim informacijama. Razmislite zašto im uopće trebaju te informacije o vama.
- Osim svoje osobne adresе e-pošte, kreirajte još jednu adresу s koje neće biti očito tko ste (npr. planar (@) mojmail.com). Koristite ga za unose na web-stranice, forme, ankete itd. To vam daje veću anonimnost.
- U chat sobama, online igricama, forumima, možda čak i blogu, skupite nadimak koji ne otkriva ništa o tome tko ste. Korištenje kolačića na neki način također zadire u našu privatnost, stoga je poželjno isključiti ili barem redovito brisati kolačiće, posebno kolačiće oglašivača.
- Ne odgovarajte na e-poruke u kojima se od vas traže osobni i finansijski podaci. Legitimne tvrtke nikada neće slati takve zahtjeve e-poštom ili putem interneta.
- Zaštitite sadržaj na svom blogu, web stranici, profilu, galeriji slika itd. koji nije za cijelu univerzalnu javnost lozinkom poznatom samo onima za koje želite da mogu vidjeti vaš sadržaj. Nemojte javno objavljivati svoju e-mail adresu. Spameri provjeravaju web stranice i pretražuju sve što izgleda kao valjana adresa e-pošte.
- Nikada ne odgovarajte na neželjenu e-poštu (npr. neželjenu poštu), niti pokušavajte otkazati pretplatu putem poveznica u takvima porukama. Time samo potvrđujete pošiljateljima da se radi o aktivnoj e-mail adresi i posljedično primate još više takvih poruka.
- Nemojte slati lančana pisma - oni generiraju popise e-mail adresa koje prikupljaju pošiljatelji neželjene pošte.

b) Sa zrnom soli za zaštitu privatnosti

Razmislimo koje fotografije sebe, naše djece itd. objavljujemo na internetu. Ono što je jednom objavljeni teško je izbrisati, jer ne znamo gdje se proširilo... Svako malo "guglamo" - upišemo ime i prezime u web tražilicu i provjerimo što je o nama objavljeno na web stranicama u rezultatima. Provjerite vašu web stranicu, blog ili profil online zajednice kako bismo vidjeli sadrže li možda vaše osobne podatke, koje ne želite dijeliti sa svima. Budite svjesni što svima dostupno putem tražilice! Ne objavljujte slobodno online kontakt podatke, ime, prezime, telefonski broj, adresu prebivališta, adresu e-pošte i druge osobne podatke, kao što su datum rođenja, broj kreditne kartice, porezni broj itd. Ne otkrivajte privatnost i informacije strancima na mreži, iako se čini da ih dobro poznajemo, mi zapravo ne znamo tko su oni. Također budite oprezni kada koristite web kameru: držite je isključenom kada je ne koristite. Budite svjesni da i ona predstavlja prozor kroz koji i nepozvani mogu zaviriti u Vašu privatnost, stan i obiteljski život.

c) Izbjegavajte neželjenu poštu

Svoju e-mail adresu ne objavljujte javno. Spameri provjeravaju web stranice i pretražuju sve što izgleda kao valjana adresa e-pošte. Nikada ne bismo smjeli odgovarati na neželjenu e-poštu (tj. neželjenu poštu), ne pokušavajte otkazati pretplatu putem poveznica u takvim porukama. To pošiljateljima samo potvrđuje da je to aktivna adresa e-pošte i primamo još više neželjene pošte. Ne šaljite lančana pisma - oni generiraju popise e-mail adresa koje prikupljaju spameri.

d) Redovito ažurirajte svoju e-poštu

Prilikom registracije na raznim aplikacijama i društvenim mrežama gotovo uvijek moramo dati neke kontakt podatke. To je obično barem adresa e-pošte, ali često i telefonski broj. Iako ima smisla dijeliti što manje osobnih podataka na društvenim mrežama, vaša e-mail adresa i telefonski broj najvažniji su podaci za kontakt kada zaboravite lozinku. Na njima će nam društvena mreža poslati upute ili kod s kojim možemo resetirati lozinku. Kada promijenimo e-mail adresu i više ne koristimo staru, ili promijenimo telefonski broj, tu informaciju ispravljamo u postavkama društvene mreže. Ako nemamo pristup unesenoj adresi e-pošte ili telefonskom broju, nećemo moći poništiti lozinku i u većini slučajeva račun će biti izgubljen zajedno s pristupom svim objavama.



Sigurnosna provjera

Imate preporučene radnje

	Vaše spremljene lozinke	v
	Prijava i oporavak	v
	Vaši uređaji	v
	Sigurno pregledavanje	v
	Nedavna sigurnosna aktivnost	v
	Pristup treće strane	v

[Nastavite do svog Google računa](#)

Preporučljivo je imati dvije različite opcije kako bi nas društvena mreža mogla kontaktirati. To mogu biti dvije adrese e-pošte ili adresa e-pošte i telefonski broj. Na primjer, ako zaboravimo lozinku s e-maila, tada ćemo moći dobiti potvrđni kod na broj telefona ako želimo promijeniti e-mail adresu. Neke društvene mreže i aplikacije nude i druge oblike pomoći u slučaju zaboravljenih lozinki. Ako je ikako moguće, upotrijebite ih. Facebook ima opciju označiti neke prijatelje kao "pouzdane" u slučaju da želimo resetirati lozinku, šalje kod nekom od tih prijatelja.

e) Pametne i skrivene lozinke



Ni pod kojim uvjetima lozinku ne dijelimo s prijateljima, partnerima. Čak i najbliže veze mogu biti prekinute, ali ako netko ima našu lozinku, može učiniti mnogo stvari u naše ime (krađa identiteta) i učiniti nam mnogo zla. Koristimo sigurne lozinke za naše online aktivnosti (e-mailove, chat sobe, forume, blogove...). Često mijenjajte ove lozinke. Ne koristite vaše osobne podatke za lozinke. Štitite sadržaj na vašem blogu, web stranici, profilu, galeriji slika itd. koji nije za širu javnost lozinkom koja je poznata samo onima za koje želimo da imaju mogućnost pregledavanja vašeg sadržaja.

f) *Kako odabrati pametne lozinke?*



Nemojte koristiti osobne podatke kao što su vaše ime, prezime, datum rođenja...

Razmislite koje još podatke o vama zna širok krug ljudi:

ime vašeg psa/mačke/hrčka, vaše omiljene grupe itd. - ni to nisu pametne lozinke. Općenito, riječi koje nađete u rječniku nisu dobre lozinke, bolja je kombinacija od najmanje osam znakova koja bi trebala sadržavati velika i mala slova, kao i neki broj ili interpunkciju. Najlakši način da zapamtite komplikiranu lozinku je da je povežete s rečenicom koja nam nešto znači, npr. "Bilo jednom". To se može napisati inicijalima, koji se također zamjenjuju brojevima i znakovima:

b1L0j3DnoM. Dobro je imati različite lozinke za različite račune. Ako vam netko ukrade ili pogodi jednu lozinku, neće imati pristup svim ostalim računima. Možete uzeti istu bazu i dodati slova ovisno o kojem se računu radi. Na primjer,
Facebook: b1L0j3DnoMFB, Twitter: b1L0j3DnoMTW

g) Kako zaštititi svoju lozinku



Ne dajte lozinke nikome! Povremeno mijenjajte lozinku. Nije najpametnije da je zapišete, jer je netko može pronaći. Također je bolje ne dopustiti pregledniku da pohrani vašu lozinku, već je uvijek upišite sami. To također jača vaše memorejske centre u mozgu. Ako se zaista ne možete sjetiti svoje lozinke, imajte na umu sljedeće kada je zapisujete: nemojte označavati svoju lozinku kao lozinku, nikada je ne zapisujte zajedno s drugim podacima potrebnim za određenu registraciju, šifrirajte lozinku(na primjer promijenite raspored slova). Ne zaboravite se odjaviti svaki put kada posjetite svoj poštanski sandučić, profil itd. pogotovo ako ste ih unijeli putem javnog računala! Provjerite da vas nitko ne promatra kako unosite lozinku. Gore navedeno posebno vrijedi za lozinke za zaključavanje pametnog telefona.

h) Što učiniti ako vam netko ukrade lozinku



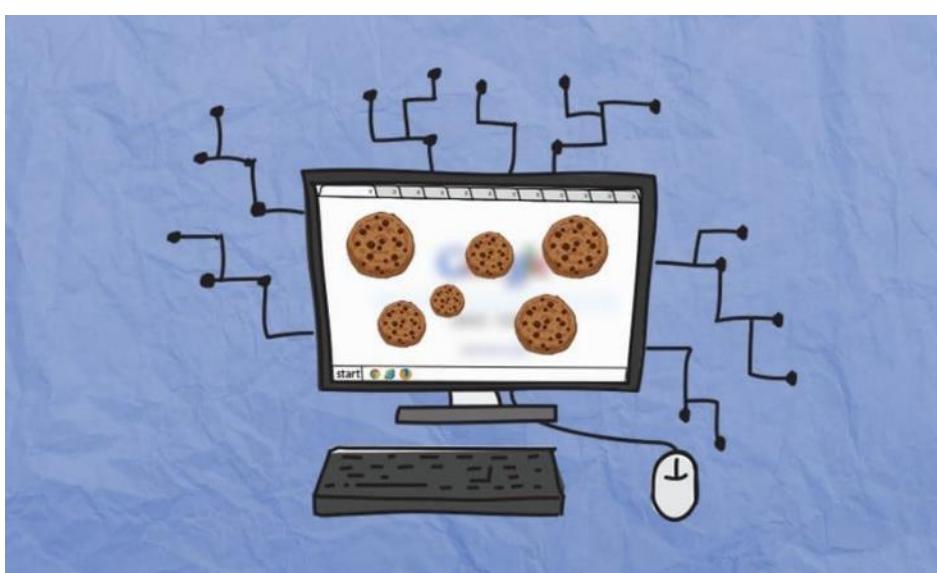
Na najmanju sumnju da vam je netko ukrao lozinku, odmah je promijenite. Prije nego što to učinite, nećete imati pristup svom računu. Prijavite krađu lozinke i time krađu identiteta administratora web servisa gdje vam se to dogodilo. Ako više ne možete vratiti svoj račun, obavijestite svoje prijatelje što je prije moguće da više ne otvaraju poruke s vaše adrese, jer ih vi ne šaljete.

i) Korištenje kolačića i privatnost



Većina kolačića potrebni su za normalan rad web stranica. Ipak, dobro je obratiti pozornost na one čija je jedina svrha pratiti vas ili instalirati zlonamjerni softver na vaše računalo. Također, imajte na umu da neke stranice možda neće raditi ako blokirate sve kolačiće. Neki preglednici omogućuju prihvatanje ili blokiranje kolačića na svakoj stranici zasebno. Na taj način možete odrediti da dopuštate kolačiće samo na stranicama kojima stvarno vjerujete. Koristite anti-spyware programe koji skeniraju kolačiće za praćenje.

Kako mogu kontrolirati kolačiće?



U vašem pregledniku (npr. Internet Explorer) možete: izbrisati sve kolačiće; blokirati sve kolačiće; dopustiti sve kolačiće; blokirati pojedinačni kolačić.

Izbrišite sve kolačiće kada zatvorite preglednik; uključite "privatno pregledavanje", instalirajte dodatke i dodatke za proširenje funkcionalnosti preglednika.

Temeljne digitalne vještine

U ovom poglavlju proći ćemo kroz proces pristupanja internetu. Internet je nepresušan izvor korisnih informacija koji vam mogu pomoći da poboljšate svoje radne vještine i može vam pružiti opće znanje o gotovo svakoj temi na svijetu. Možete čitati članke i knjige, gledati videozapise, slušati radio, podcaste ili intervjue.

Internet se također koristi za međusobno povezivanje ljudi putem društvenih mreža, a najpopularniji su Facebook i Instagram. Također možete koristiti aplikacije za razmjenu trenutnih poruka kao što su WhatsApp ili Viber za razgovor ili pozivanje prijatelja. Za svoje poslovne svrhe uglavnom ćete koristiti e-poštu jer je to najčešće korištena vrsta komunikacije u poslovanju.

a) *Povezivanje na Internet*

Prva stvar koju trebate učiniti kako biste se spojili na Internet je da povežete svoj mobitel ili računalo na ruter. Postoje dva načina za povezivanje računala s internetom. Svoje računalo možete spojiti na router LAN kabelom ili putem Wi-Fi (bežične veze). LAN kabeli su često žuti ili plavi i moraju biti spojeni na 'LAN' priključak na stražnjoj strani vašeg usmjerivača.



Slika 1: LAN kabel

Obično postoji više od jednog LAN porta na jednom routeru, koji su često žuti i označeni kao 'LAN 1', 'LAN 2' i tako dalje. Možete povezati kabel na bilo koji od ovih priključaka.



Slika 2: LAN portovi na usmjerivaču

Druga strana kabela mora biti spojena na vaše računalo koje obično ima samo jedan LAN priključak. Obično se nalazi na lijevoj ili desnoj strani prijenosnog računala ili na stražnjoj strani stolnog računala. Nakon što je kabel spojen i na usmjerivač i na računalo, u donjem desnom kutu zaslona pojavit će se ikona LAN veze.



Slika 3: LAN priključak na prijenosnom računalu

Prijenosna računala također pružaju mogućnost povezivanja na Internet putem Wi-Fi veze. Najprije morate otvoriti Wi-Fi izbornik tako da lijevom tipkom miša kliknete na simbol Wi-Fi u donjem desnom kutu zaslona. Pojavit će se padajući popis svih dostupnih Wi-Fi mreža u vašoj blizini. Morate pronaći svoju Wi-Fi mrežu i spojiti se na nju unošenjem lozinke koju ste dobili s usmjerivačem.

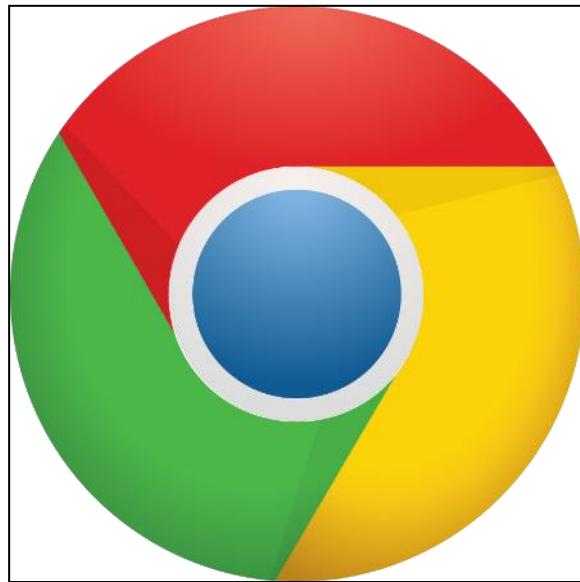


Slika 4: LAN veza (lijevo) i ikone Wi-Fi (desno)

Mobiteli se mogu spojiti na Internet samo putem Wi-Fi veze. Wi-Fi postavke možete pronaći u "Postavke" gdje će sličan padajući popis prikazati sve dostupne Wi-Fi mreže. Morate pronaći svoju i povezati se s njom koristeći svoju lozinku. Ako niste sigurni koje je ime ili lozinka vašeg usmjerivača, provjerite postoji li na routeru naljepnica s tim podacima ili se obratite službi za korisničku podršku vašeg davatelja internetskih usluga.

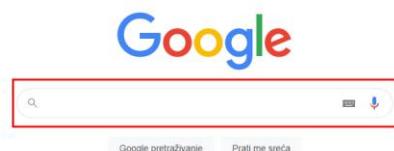
b) Korištenje preglednika

Preglednik je program koji se koristi za pristup web stranicama. Dostupni su mnogi različiti preglednici, a najpopularniji su Google Chrome i Mozilla Firefox. Da biste otvorili Google Chrome, dvaput kliknite njegovu ikonu na radnoj površini.



Slika 5: Ikona Google Chrome

Na ekranu će se otvoriti novi prozor. Na vrhu ekrana nalazi se duga traka na kojoj možete napisati točnu web stranicu koju želite posjetiti (www.mail.google.com ili slično), a zatim pritisnite Enter što će otvoriti željenu web stranicu. Ovu traku možete koristiti i kao Google tražilicu. Možete napisati 'kako napisati dobar životopis?' u njemu i pritisnute Enter koji će zatim prikazati najpopularnija Google pretraživanja za ovo pitanje. Također možete koristiti Google traku na sredini zaslona.



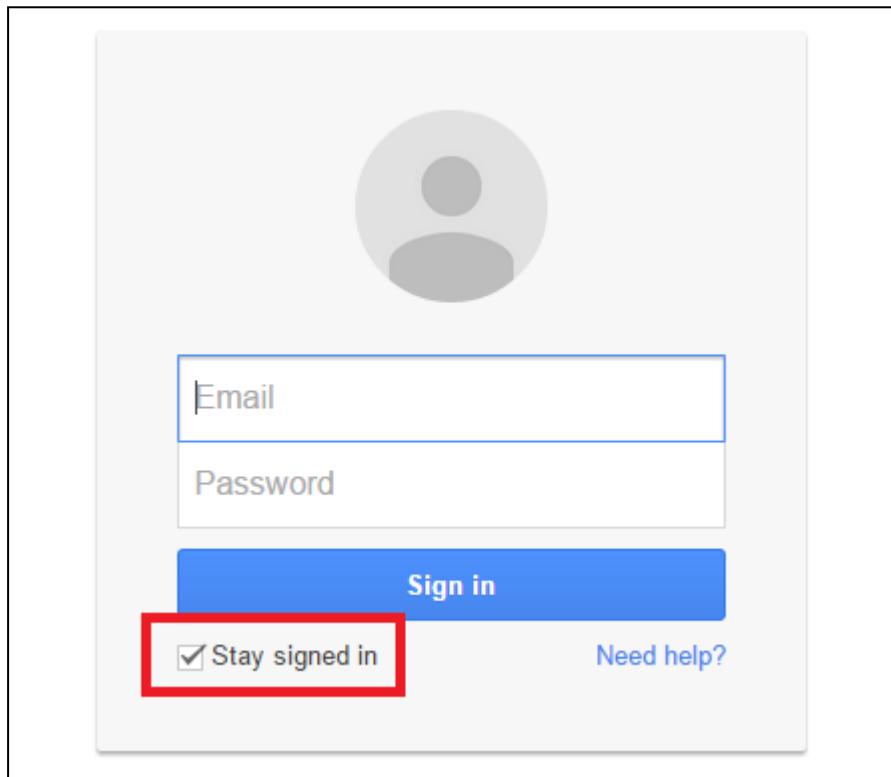
Slika 6: prva stranica Google Chromea, trake za pretraživanje zaokružene crvenom bojom

c) Zaštita lozinki

Nakon što počnete stvarati online račun za određenu web stranicu, morat ćete stvoriti lozinku koju ćete koristiti u budućnosti za pristup svom računu. Savjetuje se da svoju lozinku zadržite za sebe kako biste povećali sigurnost svojih mrežnih računa. Kako biste se zaštitili od krađe identiteta na mreži i sličnih napada, savjetuje se da u svoju lozinku uključite različite simbole poput velikih i malih slova, znamenki ili znakova interpunkcije. Također se savjetuje da ne koristite

nikakve osobne podatke na svom računu kao što su vaše ime, ID broj, telefonski broj, datum rođenja ili adresa. Primjer loše lozinke je 'johnsmith1995', pogotovo ako je ovo ime osobe i godina rođenja. Mnogo bolji primjer lozinke bio bi 'RedCar456!' jer uključuje velika i mala slova, znamenke i znakove interpunkcije.

Nakon što kreirate svoj račun, morat ćete se prijaviti na željenu web stranicu. Obično postoje dvije trake, jedna u koju trebate unijeti svoju adresu e-pošte ili korisničko ime, a druga gdje trebate unijeti lozinku. Budite vrlo oprezni da provjerite postoji li opcija da ostanete prijavljeni. Ova opcija znači da ćete ostati prijavljeni čak i ako zatvorite preglednik ili čak i ako isključite računalo ili mobilni telefon. Provjerite je li ova opcija označena ako ste prijavljeni na tuđem uređaju. Ako se prijavljujete na vlastitom uređaju, ostati prijavljen je vrlo zgodno jer ne morate ponavljati postupak svaki put kada uđete na web stranicu ili uključite aplikaciju.



Slika 7: Označena je opcija da ostanete prijavljeni, kliknite na kvačicu i ona će nestati ako ne želite ostati prijavljeni

Može se dogoditi da zaboravite lozinku. U tim slučajevima moguće je povratiti svoju lozinku odgovorom na tajno pitanje. Tajno pitanje odabire korisnik prilikom otvaranja računa. To je nešto jednostavno što ne možete zaboraviti poput rodnog mesta ili imena bliskog člana obitelji.

Rukovanje informacijama i sadržajem

a) *Korištenje tražilica*

Neke od najpopularnijih tražilica su Yahoo i Google. Da biste koristili preglednik, morat ćete unijeti ključne riječi u traku za pretraživanje i pritisnuti Enter. Prikazat će se popis web-mjesta relevantnih za vaše ključne riječi. Ako vidite web stranicu koju želite otvoriti, kliknite lijevom tipkom miša na naslov stranice na koji se može kliknuti (plava slova).

Nakon što počnete upisivati ključne riječi, tražilica će vam dati prijedloge u obliku padajućeg izbornika. Ovi prijedlozi su završeci ključnih riječi ili ključnih fraza koje drugi ljudi često pretražuju. Dobro je provjeriti ove prijedloge jer vam mogu dati dobru ideju o tome što pretraživati.



A screenshot of a Google search results page. The search bar at the top contains the query "kako napis". Below the search bar is a list of 11 suggested search terms, each preceded by a magnifying glass icon:

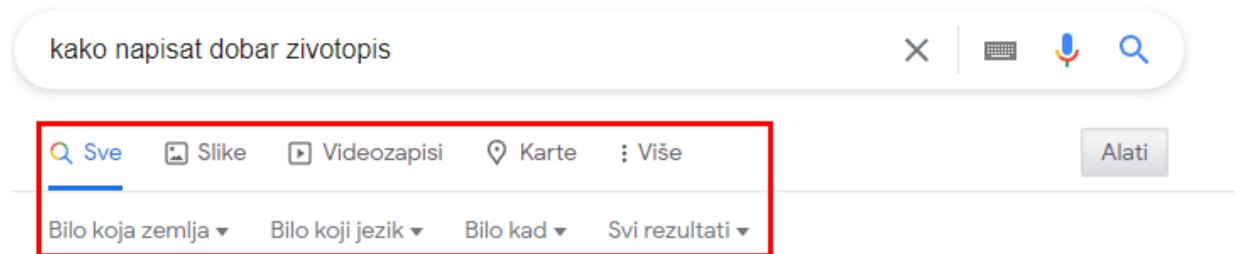
- kako napisat zahtjev za razvod braka
- kako napisat zahtjev za razvod braka split
- kako napisat esej
- kako napisat molbu za posao
- kako napisat oporuku
- kako napisat životopis
- kako napisat zahtjev
- kako napisat životopis primjer
- kako napisat žalbu
- kako napisat zahtjev za zastaru

At the bottom of the search results area, there are two buttons: "Google pretraživanje" and "Prati me sreća". Below the search results area, the text "Prijavite neprimjerena predviđanja" is visible.

Slika 1: Prijedlozi koji se pojavljuju kada se unesu ključne riječi

Nakon što pritisnete Enter, možete podići kvalitetu pretraživanja pomoću alata tražilice. Ispod trake za pretraživanje možete odabrati vrstu rezultata pretraživanja. Možete pretraživati isključivo slike ili videozapise ili čak pokušati pronaći lokaciju u svijetu klikom na 'Karte'. To će vas odvesti do Google karata gdje možete istraživati svijet i pronaći navigaciju prilagođenu korisniku koja može biti od pomoći ako planirate putovanje. Također možete kliknuti na 'Vijesti' i bit će navedene samo nedavne web stranice koje sadrže članke. Ako želite pretraživati vijesti prema dobi (npr. želite pronaći web-stranice koje su stvorene prije 7 dana ili manje jer želite najnovije vijesti), lijevom tipkom miša kliknite 'Alati' i padajući izbornik vremenski okvir prikazat će se ispod vrste trake

rezultata pretraživanja. Tamo možete odabrati vremenski interval kada je web stranica stvorena (u ovom slučaju, "Prošli tjedan" bi filtrirao sve web stranice starije od tjedan dana).



Slika 8: Alati Google tražilice

b) Razumijevanje pouzdanosti sadržaja

Nije sav sadržaj na internetu stvaran ili istinit. Internet je moćan alat za dijeljenje informacija, kao i dezinformacija. Stoga se savjetuje izbjegavati stranice nepoznatog podrijetla. Najpouzdaniji izvori su znanstveni radovi jer sadrže sve podatke o autoru i izdavaču. Ako nađete na članak bez autora ili izvora, savjetujemo da još jednom provjerite istu informaciju u drugim medijima.

Postoje web stranice poput Wikipedije koja je neslužbena enciklopedija, što znači da svatko može uređivati informacije na njoj. Takvoj se vrsti informacija ne može vjerovati ako nije podržana referencama. Privatni blogovi su još jedan izvor nepouzdanih informacija jer nitko ne provjerava činjenice koje su na njima ispisane, a autor može biti namjerno pristran s namjerom širenja lažnih vijesti. Također, web stranice koje vode tvrtke koje vam pokušavaju prodati svoj proizvod mogu vas dovesti u zabludu samo tako da kupite proizvod koji vam možda ne treba, preskup je ili mu kvaliteta nije dobra kao što se oglašava.

Najbolje je pronaći stručne članke na web stranicama koje sadrže imena autora, poput znanstvenih radova ili novinskih članaka koje su objavile etablirane institucije kao što su vladine agencije, neprofitne organizacije ili sveučilišta.



Rješavanje problema

a) Uvod

Često se u korištenju interneta događaju situacije u kojima jednostavno ne znate što učiniti kako biste riješili trenutni problem ili situaciju.

Ovo je kratki vodič o tome što možete učiniti kada se osjećate zaglavljeni u situaciji i ne znate kako to popraviti.



Najvažniji alat u tome je FAQ (kratica za “često postavljana pitanja”).

Često postavljana pitanja su pododjeljci web-mjesta koji vam pomažu pronaći rješenje za najčešće probleme koji su povezani s temom. Većina informativnih web-mjesta ima dobar odjeljak s čestim pitanjima kroz koji možete proći i koji vam može pomoći. To je korisno za vas, za korisnika i za tvrtku, jer objavljivanje zajedničkih odgovora pomaže uštedi vremena na korisničkoj podršci.

U ovom ćemo odjeljku pogledati kako učinkovito koristiti FAQ.



The screenshot shows the 'FAQ' section of the Nintendo Switch Online website. At the top, there are navigation links for 'Features', 'Online service', 'Family fun', and 'FAQ'. Below this is a large red header with the 'ONLINE' logo and 'Nintendo Switch Online' text. A horizontal menu bar at the bottom of the red area includes 'Features', 'Plans and Pricing', and 'FAQ'. The main content area contains two frequently asked questions:

Q. How do I purchase a membership for Nintendo Switch Online?
A. After the September 2018 launch, Nintendo Switch Online memberships will be available for purchase on Nintendo.com, in Nintendo eShop on your Nintendo Switch system, and through select retailers.

Q. Which games require a Nintendo Switch Online membership to access online play?
A. Nintendo Switch games such as Splatoon™ 2, ARMS™, Mario Kart™ 8 Deluxe, Mario Tennis™ Aces, and Sushi Striker™: The Way of Sushido, will require a Nintendo Switch Online membership, but other games will vary.

Ova grafika prikazuje FAQ tvrtke Nintendo za videoigre.

Najočiglednija stvar ovdje je da je odjeljak FAQ na web stranici jasno vidljiv. Kao što smo već spomenuli, u interesu je tvrtke da se lako pronađe odjeljak s čestim pitanjima.

Savjet: ako iz nekog razloga ne možete pronaći odjeljak FAQ, možete pokušati pretražiti u svom web pregledniku koristeći Ctrl+F na računalu i upisati FAQ unutra. Ovo će otvoriti okvir u koji možete upisati pojам за pretraživanje i prikazati koliko se puta spominje na određenoj web stranici:



Nakon što pronađete pododjeljak stranice, možete proći kroz pitanja koja se tiču vašeg problema.

Ovo je stvarno jednostavno i nakon što pročitate odgovor, znat ćete kako prevladati problem.

b) Korištenje mrežnih tutorijala

Osim FAQ, možete koristiti i internetske web-lokacije na kojima se nalazi mnogo tutorijala o različitim temama. Ako točno znate u čemu je vaš problem, najbolje je otići i potražiti ih u svom pregledniku. To bi trebalo izgledati ovako:

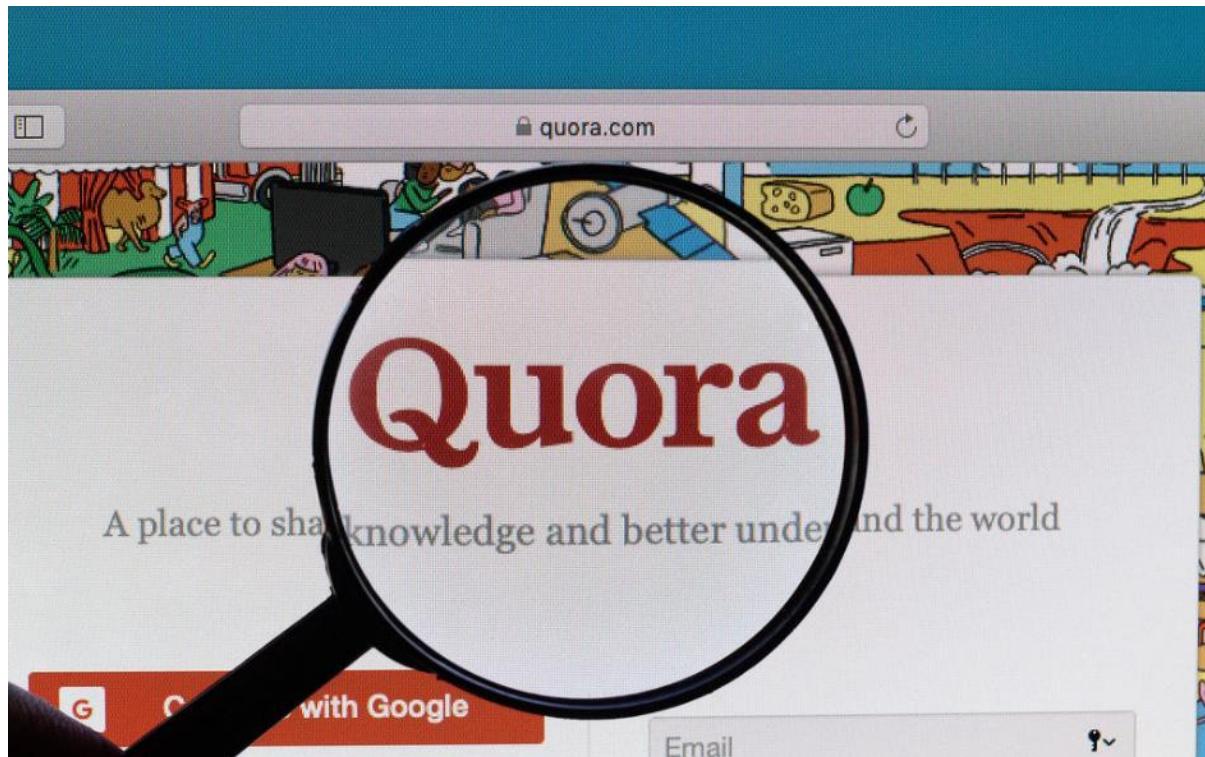


Nakon što izvršite ovakvo pretraživanje, pronaći ćete mnoštvo web-lokacija na kojima se objašnjava kako nešto učiniti (u ovom slučaju vas podučava osnovama html-a).

Ovo je jednostavan način da pronađete više web-mjesta na kojima se nalaze važne informacije.

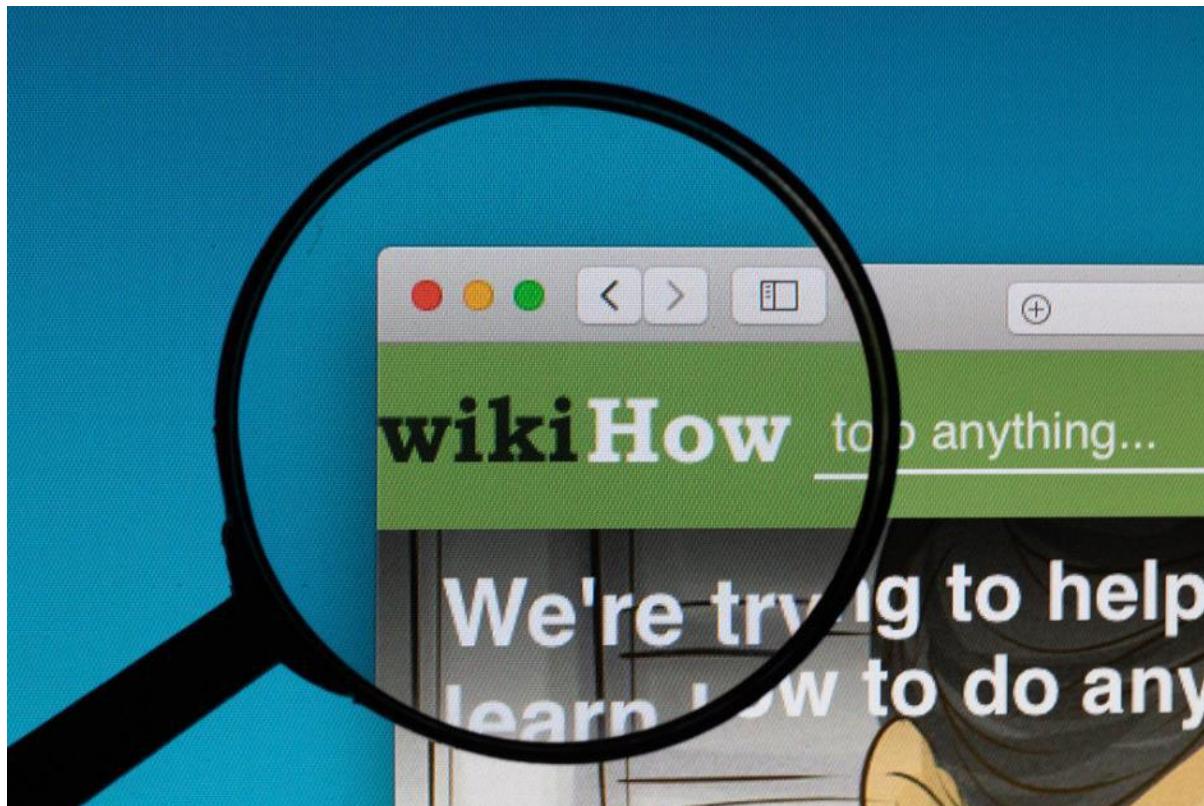
c) Značajne web stranice

Mjesto za početak raspitivanja o nečemu mogla bi biti Quora. Quora je mjesto za stjecanje i dijeljenje znanja. To je platforma za postavljanje pitanja i povezivanje s ljudima koji daju jedinstvene uvide i kvalitetne odgovore.



U osnovi, to je online forum na kojem možete postavljati i odgovarati na pitanja o raznim temama, a prilično je pouzdan u smislu rješavanja problema općenito.

Još jedna web stranica vrijedna spomena je WikiHow.



WikiHow je online stranica u wiki stilu koja sadrži članke s uputama o raznim temama. Osnovao ju je 2005. internetski poduzetnik Jack Herrick, a cilj joj je stvoriti opsežnu bazu podataka nastavnog sadržaja, koristeći wiki model otvorene suradnje kako bi se korisnicima omogućilo dodavanje, stvaranje i modificiranje sadržaja.

Nevjerojatno je koristna u pronalaženju vodiča o svim temama, mogućnosti su beskrajne.

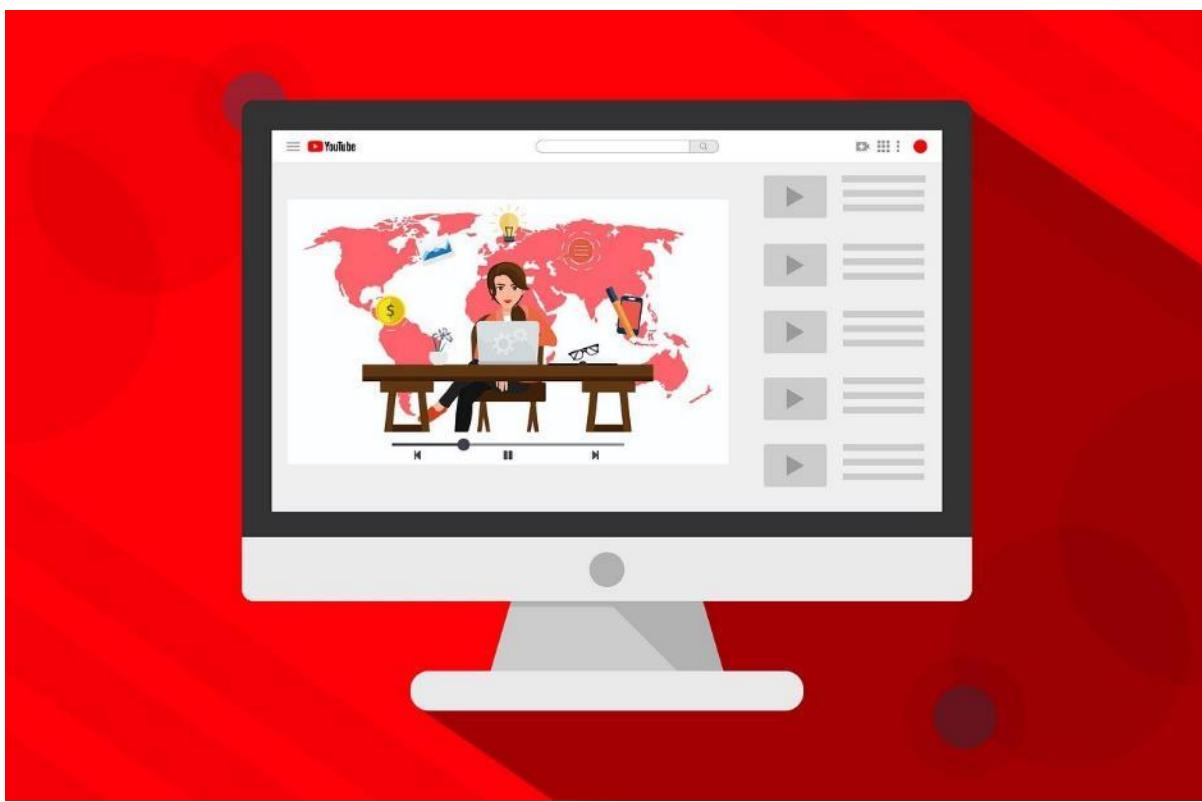
Možete pronaći ilustrirane vodiče o svemu, počevši od toga kako začiniti hranu bez soli, do prihvaćanja plaćanja na mreži. Ako se upoznajete s online vodićima, ovo može biti stvarno korisno mjesto za početak učenja o rješavanju mnogih različitih problema.



WikiHow vodiči su poznati po tome što su dobro ilustrirani, što ih čini lakšim za praćenje

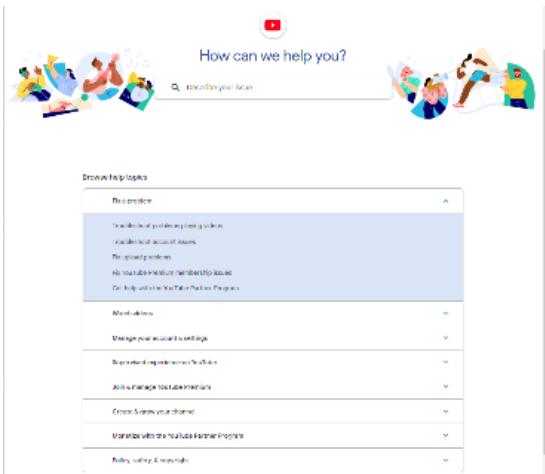
Također vrlo korisno: YouTube.

Kao što vam je vjerojatno poznato, YouTube je američka platforma za dijeljenje videozapisa u vlasništvu Googlea.



Iako YouTube nije isključivo obrazovna web stranica, ima sate i sate sadržaja koji generiraju korisnici koji vam može pomoći da popravite u osnovi bilo što.

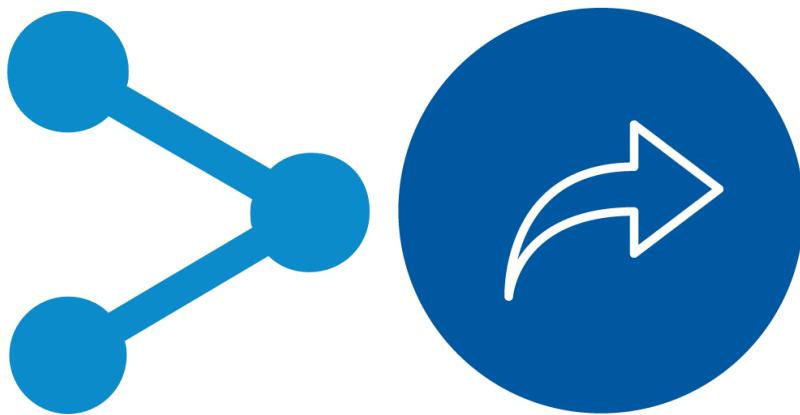
Može pokriti toliko toga da je obično mjesto gdje možete vidjeti kako se problem rješava na videu i pokušati to učiniti sami. Osim što to čini, ima i sjajan odjeljak za komentare koji možete koristiti da stupite u kontakt s prenositeljem ili ljudima koji se suočavaju sa sličnim poteškoćama. Ako ste tek počeli koristiti digitalne alate i ne znate kako učinkovito koristiti tehnologiju, YouTube bi mogao biti izvrsno mjesto za učenje osnova, a zatim i nekih posebnosti dok ste već kod toga. A ako vas zanima kako funkcionira, ima opsežnu vlastitu web stranicu s čestim pitanjima, s puno tema za pretraživanje



Dijeljenje

a) Uvod

Zašto ljudi dijele sadržaj na internetu? Koliko god pitanje zvučalo jednostavno, ono je samo po sebi prilično složeno. Kad samo razmislimo o tome, ne postoji univerzalni odgovor i ovisi o osobi, međutim, dijeljenje sadržaja ima neke osobujne zajedničke karakteristike o kojima ćemo razmisliti.



Ovo su obično korišteni gumbi za dijeljenje. Oboje znači da se sadržaj može dijeliti.

b) Najčešći oblici dijeljenja sadržaja:

1. Objava na društvenim mrežama

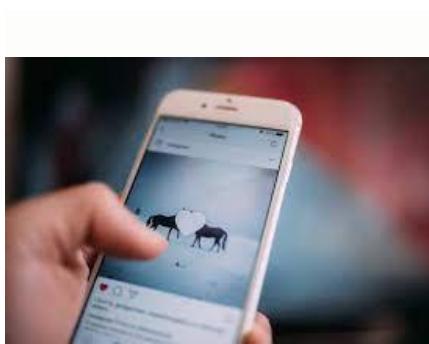
Ovo je osnovna objava podijeljena na društvenim mrežama kojoj se može pristupiti odlaskom na svoj osobni profil. Obično sadrži sliku povezanu s temom.

2. Priča

Ovo je slično postu, ali je vizualno u drugom formatu i obično istječe nakon 24 sata. Najbolje ih je svakodnevno ažurirati.

3. Blogpost/članak

To su veća tijela teksta koja objašnjavaju nešto o određenoj temi.



Instagram objava



Instagram priča



Blogpost

c) *Prednosti dijeljenja sadržaja*

Ljudi su društvena bića i skloni su prirodnoj interakciji. Online interakcije su uspješne upravo zato što nam pomažu u izgradnji međusobnih odnosa. S erom društvenih mreža u punom jeku, mogli bismo pogledati nekoliko prvih razloga zbog kojih su ljudi prisiljeni dijeliti sadržaj:

- Definira vas u očima drugih
- Izlaže druge vrijednom sadržaju
- Čini da se ljudi osjećaju bolje o sebi
- Pomaže da budete svjesni poslovnih proizvoda i usluga



Ova ilustracija prikazuje proces definiranja sadržaja za dijeljenje.

d) Ciljna skupina

Kao prvo, kada razmišljate o dijeljenju sadržaja, trebali biste razmisliti o ciljanoj skupini kojoj se obraćate. To su ljudi koji vas prate i trebali biste razmisliti o objavlјivanju sadržaja koji će im se najviše svidjeti. Za privatne društvene mreže to su obično prijatelji i obitelj. U poslovne svrhe, to su uglavnom kupci vaše tvrtke.



Vizualizacija ciljne skupine. Ljudi u sredini su oni do kojih želite doći.

e) Važni savjeti

Kao prvo, kada razmišljate o dijeljenju sadržaja, trebali biste razmisliti o ciljnoj skupini kojoj se obraćate. Potrebno je pristupiti ljudima na najprikladniji način. Na taj način želite biti sigurni da su ljudi motivirani da se povežu s vama. To je najvažniji faktor, čak i za poslovne svrhe. Ako nemate čvrst pristup, ljudi neće vidjeti vaš sadržaj kao vrijedan i prenijeti ono što se nudi. Stoga se trebate usredotočiti na nekoliko savjeta

- vaš sadržaj mora biti jednostavan, jasan i sažet
- vaš sadržaj trebate zadržati zanimljivim i duhovitim



Stvaranje sadržaja najvažniji je korak u procesu

f) *Dijeljenje sadržaja na društvenim mrežama*

Najvažnija stvar kod dijeljenja na društvenim mrežama je razvoj istinske kohezivne strategije za online vidljivost.

Preporučljivo je uključiti vanjski sadržaj i dijeliti ga na tjednoj bazi kako biste držali relevantnost svog profila pod kontrolom. Važno je to planirati kako biste imali dobru ravnotežu između izvornog i postojećeg sadržaja.

g) *Prilagodba sadržaja*

Još jedna zanimljiva stvar koju trebate učiniti je prilagoditi sadržaj. To znači da možete pronaći neki sadržaj koji već postoji i onda ga podijeliti sa svojom publikom. To znači da umjesto da sve stvarate ispočetka, možete započeti s već postojećim sadržajem i dodati mu svoj jedinstveni zaokret, povećavajući njegovu daljnju vrijednost. Na taj način možete lako pronaći i objaviti sadržaj koji će posebno biti relevantan za vašu publiku, te izgraditi dobre odnose s drugima koji pružaju sadržaj, npr. tvrtkama.

h) *Zakonito dijeljenje sadržaja*

Uzimanje sadržaja drugih ljudi i njihovo dijeljenje nosi određene odgovornosti.

Za to je vrlo važno zakonito dijeljenje sadržaja.

Kako biste bili sigurni da dijelite sadržaj legalno, trebate:

1. Provjerite jeste li podijelili pravi sadržaj

Najvažnije je odlučiti što točno želite postići dijeljenjem sadržaja i da ste svjesni svojih ciljnih skupina.

2. Ponudite svoju perspektivu

Nema puno smisla dijeliti informacije bez konteksta. U svom čete postu htjeti sažeti informacije i točno odrediti koji dio sadržaja smatraste vrijednim pažnje.

3. Odajte priznanje autoru

Obavezno navedite autora djela koje ste koristili za izradu vlastitog sadržaja. Ako je moguće, označite ih tijekom dijeljenja.

i) Dijeljenje sadržaja drugih ljudi

Dijeljenje sadržaja drugih ljudi dobro je za umrežavanje i može pomoći vašem privatnom i profesionalnom životu. Ovisno o vrsti sadržaja koji dijelite, savjet je prilično jednostavan:

- 1) ***Za blogove:*** kada dijelite pisane informacije, UVIJEK povežite na blog na kojem ste pronašli informacije.

- 2) ***Za slike:*** najbolje je koristiti vlastite slike. Ako ih nemate, najbolje je provjeriti ima li slika “creative commons licencu”. To znači da se slika može slobodno koristiti za stvaranje sadržaja, ako kreditirate autora. Za komercijalnu upotrebu, važno je da je pravilno licencirano.



Erasmus+

3) Za društvene mreže:

Označavanjem osobe ili tvrtke šalje se obavijest. To se radi tako da se ispred korisničkog imena upiše znak "@". Osoba može izraziti zahvalnost ponovnim dijeljenjem sadržaja, čineći vas vidljivima i svojoj publici, što je također vrlo korisno.

j) Kako potaknuti druge da podijele vaš sadržaj

1. Koristite slike dobre kvalitete

Dok objavljujete slike, provjerite je li slika zadovoljavajuće kvalitete. Slike niske kvalitete možda će biti lakše pronaći, ali neće biti adekvatne za samu objavu.

2. Možete povećati svoje dijeljenje na društvenim mrežama

Većina društvenih mreža nudi mogućnost plaćanja za povećanje objava. Općenito, ovo se savjetuje samo za poslovne korisnike, s obzirom na to da se radi o novcu. Međutim, pomaže u dobivanju pratitelja i vrlo je cijenjen u online marketingu.

3. Dijelite sadržaj s drugim ljudima ili tvrtkama

Kad god je to moguće, uključite druge u svoju objavu, oni će moći prepoznati sadržaj koji se odnosi na njih i moći će izraziti zahvalnost dijeljenjem vlastite objave.

4. dodajte gume za dijeljenje (gdje je primjenjivo)

5. Dijelite tuđe sadržaje

6. Neka vaš sadržaj bude aktualan

Pobrinite se da sadržaj koji pružate slijedi trendove.

7. Ako želite da se nešto značajno podijeli, ono što možete učiniti je zamoliti svoje pratitelje da nastave dijeliti.

Ako želite da se vaš sadržaj dijeli, dobro je zamoliti druge da ga podijele. To možete učiniti postavljanjem pitanja putem posta, te organiziranjem nagradnih igara i sl.

Poglavlje 2

Koraci stvaranja

digitalno priporijedanje

U drugom poglavlju raspravljamo o tome kako možete započeti, korak po korak, s razvojem vlastite digitalne priče. Digitalno pripovijedanje je metoda koja se temelji na procesu pomoću softvera ili aplikacija za pričanje priča.

Digitalne priče sastoje se od kombinacije digitalnih slika, teksta, snimljenog audio videa i glazbenih fragmenata.

Dužina digitalnih priča može varirati, ali u obrazovnom kontekstu obično traju između 2 i 4 minute. Teme se mogu kretati od osobnih priča do povijesnih događaja, od života u vlastitoj zajednici do one u drugoj zemlji itd.

U ovom poglavlju obrađuju se sljedeće teme:

1. Odabir teme
2. Odabir točne poruke
3. Generiranje scenarija/Organiziranje priče
4. Odabir vizualnog i audio materijala za priču
5. Primjer digitalnog pripovijedanja (Powtoon)

Odabir teme

Digitalno pripovijedanje znači pričati priču na digitalni način. Postoje različiti oblici digitalnog pripovijedanja, ali svi imaju jedno zajedničko: priča je ispričana iz pripovjedačevog stajališta. Digitalno pripovijedanje često uključuje komunikaciju osobne priče, mišljenja ili događaja. Koriste se i drugi oblici poput povijesnih događaja, pozivnica itd.¹

Što živopisnije ispričate priču, to će vaši slušatelji biti angažirani. Ali kako svoju ideju učiniti nezaboravnom i ispričati je na način da njome možete zaraziti druge? Prvi korak je odabir teme. To može biti tema koja je povezana sa zadatkom ili tema koju sami odaberete. Ako možete sami odabrati temu, rado ćemo vas inspirirati i motivirati da odaberete temu za svoju digitalnu priču. Sljedeći koraci temeljiti će se na temi koju odaberete u ovom pododjeljku.

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

Za inspiraciju, evo popisa mogućih koncepata koji se mogu koristiti kao smjernica u digitalnoj priči².

- Priča
 - Možete koristiti digitalno pripovijedanje da biste ispričali priču. Ovo može biti osobna priča kao i fikcija.
 - Neki primjeri: uvod, dan u životu junaka, bajka, matematička priča, ...
 - Primjer digitalne priče o super heroju:
<https://www.youtube.com/watch?v=Kw2b6sDdPIk>
- (povjesni) događaj
 - Digitalno pripovijedanje također se može koristiti za dijeljenje povjesnog ili osobnog događaja.
 - Neki primjeri: svjetski ratovi, izumi, novi kućni ljubimci, školski izleti itd.
 - Primjer digitalne priče o Isusovom rođenju:
<https://www.youtube.com/watch?v=TzE2QQ4trEQ>
- Izražavanje mišljenja
 - Budući da je digitalno pripovijedanje ispričano s gledišta pripovjedača, lako je ugraditi vlastito mišljenje.
 - Neki primjeri: davanje mišljenja o izjavi, prepirka, ...
 - Primjer digitalne priče o mišljenju o smrtnoj kazni:
<https://www.youtube.com/watch?v=bBTWhHTchsA>
- Upute
 - Digitalno pripovijedanje može uključivati i upute. To može izraditi učitelj kao i učenici kao zamjena za 'živu' nastavu ili može biti dodatak njoj.
 - Neki primjeri: plan korak po korak, upute, dijelovi cvijeta, ...
 - Primjer videa s uputama o "Kako napraviti video s uputama":
<https://www.youtube.com/watch?v=G5KdD1joFBU>
- Prezentacija

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

- Digitalno pripovijedanje također može zamijeniti ili dodati 'živu' prezentaciju u razredu.
- Neki primjeri: izvješće o lektiri, razgovor o osobnom rastu, promišljanje, ...
- Primjer digitalne priče u kojoj mlada osoba predstavlja svoju strast prema umjetnosti: https://www.youtube.com/watch?v=ykD_6dHYyFQ
- Poziv
 - Digitalno pripovijedanje može se koristiti za pozivanje ljudi na događaj.
 - Neki primjeri: školska zabava, rođendan, koncert, filmska večer, ...
 - Primjer digitalne priče koja poziva ljude na događaj:
<https://www.youtube.com/watch?v=26ImjG6Hjms>
- Ostalo
 - Digitalno pripovijedanje se naravno može koristiti u mnoge druge svrhe, pustite svoju kreativnost na volju!

Odabir ispravne poruke

Sada kada ste odabrali svoju temu za svoju digitalnu priču, važno je odrediti kako želite prenijeti svoju poruku.

Kada definirate svoju poruku, važno je uzeti u obzir moć pripovijedanja. Evo 6 koraka do uspješnog pripovijedanja koji vam mogu pomoći:

a) *Upoznajte svoju ciljnu skupinu*

Možete biti jako strastveni oko neke teme, ali ako je ne prilagodite ciljnoj publici, poruka se i dalje može potpuno izgubiti. Dakle, prilagodite svoju priču svojoj ciljnoj publici, tako da oni zapravo razumiju poantu koju želite istaknuti. Ovaj korak je važan: određuje koliko će vaša priča trajati, koji jezik i riječi trebate odabrat, koje slike trebate koristiti i na kojoj platformi želite da se distribuirata.

b) *Povežite se sa svojom ciljnom grupom*

Ako želite uvjeriti ljudi u svoje ideje, usluge ili proizvode, morate se moći povezati s njima. To je ionako lakše reći nego učiniti, pogotovo ako ne vidite svoju ciljnu skupinu.

Iako će vaša digitalna priča biti online, a ne uživo, povezivanje je sasvim moguće. Vaš čitatelj, slušatelj ili gledatelj daje vam svoje vrijeme, a oni žele nešto zauzvrat. Potaknite njihovu znatničelju citatom, statistikom, slikama, nečim relevantnim što ih tjera na razmišljanje. Povezivanje također može značiti zabaviti svoju ciljnu skupinu bezbrižnim sadržajem ili zadobiti njihovo povjerenje.

Dakle, nemojte biti kao sveučilište koje niti ne gleda na svoju ciljanu publiku, pokušajte ostvariti interakciju.

Na kraju vaše digitalne priče, gledatelj mora nešto izvući iz nje i po mogućnosti biti zainteresiran za više od vašeg sadržaja. Tada ste izgradili vezu s njima.

c) *Znajte koji cilj želite postići svojom pričom*

Postao je prirodni refleks pitati se što je cilj prije nego što odredimo konkretne akcije. Jer kakva je korist od samo nasumce postavljanja nekih marketinških akcija, ako nemate cilj na umu?

Isto je i s pripovijedanjem. Sve priče koje pričate mogu imati svrhu, a te svrhe mogu biti vrlo raznolike. Stoga unaprijed odredite kraj svoje priče i izgradite svoju priču prema tom cilju. Točno unaprijed znajte što želite istaknuti. Zatim gradite svoju priču s brojnim elementima koji vam pomažu da to shvatite.

Sigurno možete raditi i obrnuto. I ponekad će to uspjeti. Ali većinu vremena ćete završiti s pričom kojoj nedostaje koherentnost, ima slabe argumente i nema jasne poruke.

d) *Potkrijepite svoju priču slikama i činjenicama*

Baš kao što koristite govor tijela, powerpoint ili glazbu u prezentacijama, također možete koristiti popratni materijal u svojim pričama.

Na primjer, možete koristiti grafikone za ilustraciju razvoja trendova. Poruka koju želite prenijeti u svojoj priči na ovaj će način doći još snažnije. Ili možete upotrijebiti inspirativne citate ili fotografije kako biste učvrstili svoju tvrdnju.

Ako u svojoj priči želite koristiti činjenice i brojke, provjerite jesu li točne. Inače ćete imati upravo suprotan učinak i izgubiti svoj kredibilitet. Stoga je svakako potrebno malo istraživanja unaprijed. Jer na kraju krajeva, internet je pun informacija, a mnoge su kontradiktorne. Stoga provjerite i svoje izvore. Malo je posla, ali se definitivno isplati u vidu bolje i točnije priče koja uvjerava ljude.

e) *Neka bude relevantno i specifično*

Ako dovoljno dobro poznajete svoju ciljnu skupinu, znate što ih drži budnima, a što ne. Tada znate koji sadržaj preferiraju. Igrajte na to. Neka vaša priča bude relevantna za gledatelja. To znači ne samo kakvu ćete priču ispričati, već i putem kojeg kanala, koji punchline želite isporučiti i kakve vizuale trebate podržati. Što ste relevantniji za svoju ciljanu publiku, veći je utjecaj vašeg sadržaja.

Ali također budite dovoljno konkretni. Čak i ako ste hiperrelevantni, ako ostanete previše nejasni, vaša poruka neće sletjeti. Koristite detalje, dobro uokvirite svoju priču i navedite primjere. To će osigurati da se vaš čitatelj lakše prepoznaće u vašoj priči i stoga se osjeća uključenije.

f) Koristite napetost u svom pripovijedanju

Ne dopustite da vam priča bude dosadna. Vaš gledatelj zajamčeno neće doći do kraja, a time i neće naučiti onu jednu poantu koju ste toliko željeli istaknuti. Zato neka bude zadržavajuće. I to ne radite samo s nekim figurama i lijepim vizualom tu i tamo.

Koristite napetost tijekom cijele priče. To možete učiniti tako što ćete junaku svoje priče dati misiju ili stvoriti protivnika. Također možete započeti svoju priču s neočekivanom, ludom ili dirljivom situacijom. Vaš čitatelj želi znati kako će se junak vaše priče izvući iz toga.

Također možete učiniti svoju priču uzbudljivijom bacanjem klišaja u vodu ili traženjem kontroverzi. Vaš čitatelj će znati da nije sve crno-bijelo, ali time što ste svako malo kontroverzni, budite kod čitatelja emocije koje će htjeti razriješiti. Nikada nećete čuti da kažemo da je pričanje priča jednostavno. Ali ako uspijete ispričati svoje priče na pravi način, one će imati golem utjecaj.³ Sretno, jedva čekamo vidjeti sve to pripovijedanje u praksi!

Izrada skripte/Organiziranje priče

Tema je zacrtana i već ste razmišljali o tome kako želite prenijeti poruku. Kako bi digitalna priča bila ugodna cjelina, važno je u ovom koraku razmisliti o tome kako najbolje strukturirati poruku. To se može učiniti sastavljanjem skripte.

- Počnite s razmišljanjem i zapisivanjem nekih ideja. Raspravite o svojim idejama s obitelji i prijateljima. Odigrajte grubu priču u svojoj glavi.
- Skicirajte scenarij koji ćete uskoro snimiti svojim glasom. Oduprite se iskušenju da krenete lakin putem i stvorite priču samo sa slikama i glazbom. Ljudi žele čuti glas osobe. Nemojte biti previše samokritični oko toga kako vaš glas zvuči; svi mislimo da zvučimo čudno na snimci.
- Nacrtajte kratki scenarij. Tu mnogi ljudi zaglave. Izbjegnite strah od prenošenja riječi na papir. Neki savjeti:
 - Osobno. Zaboravite sve što ste učili o korištenju nestrašvenog, autoritativnog glasa nalik na esej. Ovo nije natjecanje u eseju. Ljudi žele čuti vaš glas. Priča se mora ispričati iz vašeg kuta gledišta.

³ <https://www.upperscore.be/6-stappen-naar-succesvolle-storytelling/>

- Napišite loše prve nacrte. Nemojte uređivati dok idete. Uređivanje i pisanje koriste različite dijelove mozga. Pustite da se izlije. Zapišite glavne elemente svoje priče na papir, a zatim se vratite i uredite kasnije.
- Pište kratko. Iznenadit ćete se koliko toga možete prenijeti s nekoliko riječi i nekoliko ključnih slika.
- Čitajte svoju skriptu naglas dok ga fino ugađate. Izbjegavajte velike, otmjene riječi; koristite običan govor.
- Nemojte se suzdržavati. Budite realni. Morate dosegnuti emocionalnu dubinu, a ponekad se to može postići samo otkrivanjem neugodnih istina. U konačnici, međutim, na vama je da donesete duboko osobnu odluku o tome koji materijal želite podijeliti — i s kim.
- Potražite narativni luk za svoju priču. Sve priče - čak i dragulji od 3 minute - imaju početak, sredinu i kraj.
 - Početak govori premisu vaše priče: postavlja dramatičnu napetost koja bi trebala biti prisutna u cijeloj priči.
 - Sredina ocrtava sukobe na tom putu.
 - Kraj je odredište, otkriva malo otkriće, otkrivenje ili uvid. To se ponekad naziva modelom želja-radnja-realizacija. (Ali ne od bilo koga koga poznajemo!) Hoće li tip dobiti djevojku? Hoće li heroj pobijediti? Hoće li istražitelj riješiti misterij? Uz scenarij od 3 minute, nemate vremena gubiti se. Izvucite najviše iz toga.
- Radite na tempu. Mnogi smatraju da je tempo pravi tajna uspješnog pripovijedanja. Ritam i tempo priče ono je što održava interes publike.
- Vjerujte svom glasu. Svi mi imamo svoj prepoznatljiv stil pripovijedanja, vjerujte svom.
- Pročitajte svoj scenarij prijatelju kada mislite da ste završili. Vrlo često će vaš pouzdanik ukazati na očigledne propuste, pomoći će vam učvrstiti jezik odlomka ili vam pomoći da prepozname svoj pravi glas.⁴

Sljedeća pitanja mogu vam pomoći da započnete:

- Kakve slike trebate?
- Kojim redoslijedom stavljate slike?
- Što treba reći o svakoj slici?
- Koje efekte, animacije, ... ćete koristiti?

⁴ <https://www.socialbrite.org/2010/07/15/digital-storytelling-a-tutorial-in-10-easy-steps/>

Odabir vizualnog i audio materijala za priču

Prije nego što počnete stvarati audiovizualni sadržaj, važno je razmisliti o materijalu koji vam je potreban. Ovisno o tome što želite koristiti, dobivate ili posuđujete uređaje kao što su kamere, filmske kamere, računala, iPadi, mikrofoni, projektori, zvučne kutije. Ovo može biti vrlo dug popis, ali imajte na umu da s pametnim telefonom ovih dana možete stvoriti beskrajnu količinu digitalnih priča.

Kreirajte ili skupljajte slike, zvuk, glazbu,... Provjerite jesu li besplatni!

- Prikupite svoj sadržaj
 - Imajte na umu da producijski rad uključen u stvaranje kratke osobne priče može potrajati mnogo sati. Odvojite dovoljno vremena da to učinite kako treba.
 - Ako koristite stare fotografije, trebat će vam ravni skener. Skenirajte ih i spremite u jednu mapu na vašem računalu. Ako koristite digitalne fotografije, provjerite jesu li u JPEG formatu. Ako imate stari 16-mm filmski snimak, vjerojatno ćete ga morati poslati u trgovinu koja je specijalizirana za pretvaranje analognog filma u digitalni video.
 - Ako koristite novije fotografije, velike su šanse da su već u digitalnom obliku — sjajno!
 - **Imajte na umu da će vaš videozapis biti horizontalnog oblika**, pa u skladu s tim obrezujte. Nemojte izobličavati okomite fotografije u vodoravne, imajte na umu da će se pojaviti jaki okomiti oblici s puno crne boje na obje strane. Nemojte smanjivati veličinu slike na veličinu na kojoj će se pojaviti vaš film: općenito ih želite u rasponu od 720×540 piksela; detalji će se izgubiti ako ih znatno dodatno smanjite. Ali nemojte se previše zamarati dimenzijama: danas će gotovo svi programi za uređivanje videa smanjiti slike na njihove odgovarajuće dimenzijske.
- Snimanje naracije
 - Možda ćete odlučiti da će mikrofon ugrađen u vaše prijenosno ili stolno računalo biti dovoljan za snimanje vaše naracije. Iznad svega, govorite polako razgovornim glasom. Nemojte zvučati kao da čitate iz scenarija!
- Dodajte glazbu
 - Vrlo često ćete htjeti uključiti glazbu. (Razmislite o pozadinskoj glazbi Kena Burnsa u PBS specijalima.) Odaberite glazbu koja dočarava ritam i tempo vaše priče. Za mnoge ljudе ovo je najlakši dio procesa. Većina nas ima pozadinsku glazbu u našim glavama koja odražava raspoloženje priče koju želimo prenijeti. Najučinkovitije pjesme su često instrumentalne: klasična, ambijentalna, folk ili jazz, bez vokala.
 - Izadite i uzmite glazbu u digitalnom obliku: upotrijebite visokokvalitetnu mp3 datoteku ili kopirajte pjesmu s omiljenog CD-a s jednim od desetaka besplatnih programa za ripanje CD-a na tržištu. Ako snimate prijatelja koji izvodi originalnu glazbu, još bolje.

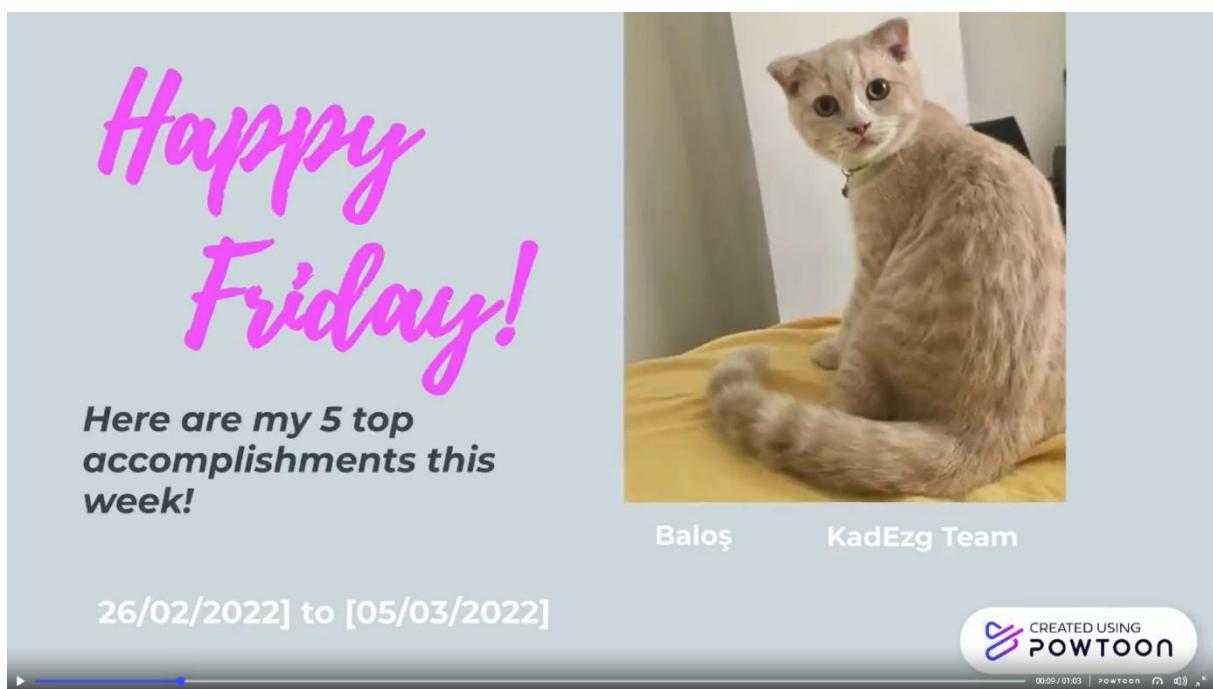
Zatim uvezite pjesmu u svoj program za uređivanje videozapisa. Ako radite u iMovieu, kada uvezete mp3, vidjet ćete ga kao audio isječak na dnu svoje vremenske trake.

➤ **Uzmite u obzir autorska prava!**

Ako planirate objaviti svoj rad na webu, možda nećete htjeti uključiti cijelu pjesmu u svoju priču. Možda ćete htjeti koristiti podsafe glazbu (i, ne, činjenica da ne zarađujete novac od svoje priče ne čini nikakvu razliku prema zakonima o autorskim pravima) – pogledajte Socialbriteov besplatni glazbeni imenik za širok izbor glazbe koja vas neće uvući u problemi s policajcima za zaštitu autorskih prava.

Primjer digitalne priče – Powtoon

Ovu digitalnu priču stvorio je srednjoškolac po imenu Çınar. U ovoj priči Çınarov mačak Baloš priča nam o svojim uspjesima u jednom tjednu. Ovaj Powtoon format može se transformirati u drugačiji kontekst kao što je 'Mojih 5 postignuća o učenju jezika u ovom tjednu'.



Prva stranica priče uključuje naslov, temu, datume, ime mačke i ime tima koji je stvorio ovu priču. Ovdje na ovoj prvoj stranici možete napisati svoje ime, instituciju, naziv svog tima (ako ste tim). Ovdje također možete prenijeti smiješne fotografije, videozapise o sebi, svojim postignućima kako biste privukli pozornost svoje publike. Što je naslovica šarenija, više će ljudi uživati.



01

I found a new friend

**She kinda looks like a
Jigglypuff asshole, but
still kinda cool**



CREATED USING
POWTOON

0:17 / 01:03 | POWTOON

Druga stranica prikazuje nam prvi uspjeh ove ljupke mačke, Baloša. Kaže da je našao novog prijatelja. Naš prvi uspjeh u učenju jezika mogao bi biti susret s novim prijateljem koristeći osnovne dijaloge sastanka.

02

Spend a whole weekend with Daddy

**Normally Daddy comes and
spends hours with us, but this
weekend he was all mine!**



CREATED USING
POWTOON

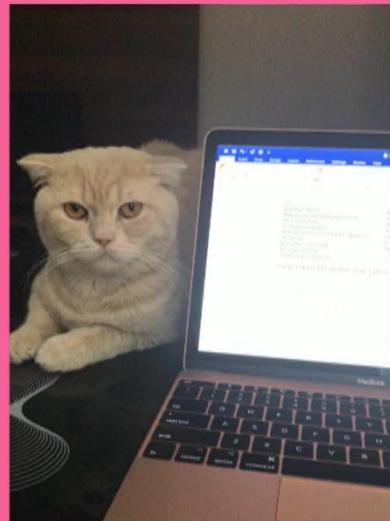
0:21 / 01:03 | POWTOON

Treća stranica prikazuje nam drugo Balošovo postignuće. Kaže da je cijeli vikend proveo s tatom. Naš drugi uspjeh u učenju jezika mogao bi biti da provedemo određenu količinu vremena učeći engleski tijekom vikenda.

03

Scared stupid PhD people

Mommy is a doctorate student so she spends thousands of times for her lessons. I showed myself and meowed like a psycho killer and they all pooped on their pants.



CREATED USING
POWTOON

00:32 / 01:03 | POWTOON (0) x "

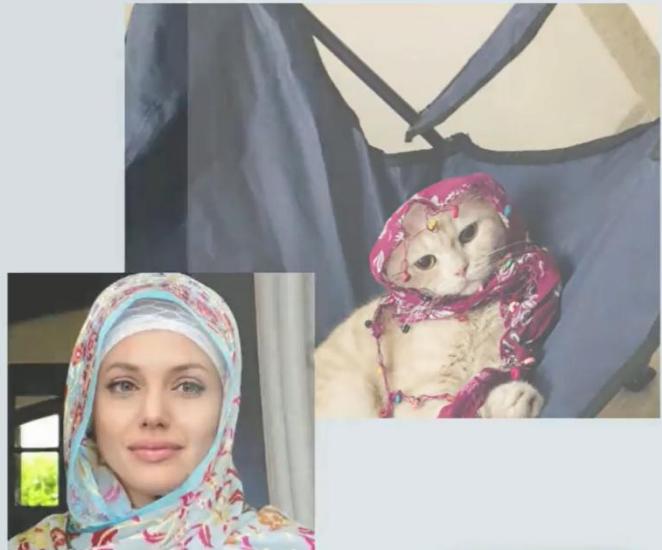


Treća stranica prikazuje nam treći uspjeh Baloša. Kaže da je uplašio ljudе na online sastanku kojem je prisustvovala njezina majka. Naš treći uspjeh u učenju jezika mogao bi biti razgovor sa stranim prijateljem na Zoomu barem 15 minuta

04

Look like Jolie

I tried to seen like Angelina Jolie with hijab, however, I looked prettier



CREATED USING
POWTOON

00:41 / 01:03 | POWTOON (0) x "



Četvrta stranica prikazuje nam četvrti uspjeh Baloša. Kaže da je pokušao izgledati kao Angelina Jolie noseći hidžab. Naš četvrti uspjeh u jeziku može biti usporedba dviju fotografija naglašavajući sličnosti i razlike među njima.

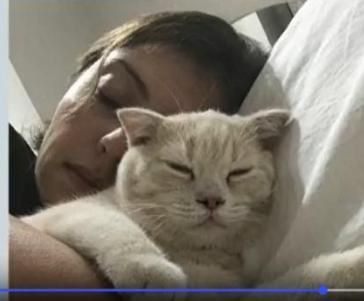


Erasmus+

05

record time

I broke my own record for being the longest sleeping cat.



CREATED USING
POWTOON

00:50 / 01:03 | POWTOON

Peta stranica prikazuje nam peti uspjeh Baloša. Kaže da je oborio vlastiti rekord spavanja. Naše peto postignuće u učenju jezika može biti rušenje vlastitog rekorda korištenjem fraznih riječi tijekom govora.



Posljednja stranica pokazuje nam posljednje Baloševe riječi. Kaže da je to bio naporan tjedan i to potkrepljuje zgodnom slikom sebe. Ovdje možete dodati oproštajne riječi ili fraze i dodati dio 'za nastavak', ako želite nastaviti sa svojim digitalnim pričama.

Poglavlje 3

Istraživanje književnosti na Digitalno prijavljanje

Digitalno pripovijedanje

Digitalno pripovijedanje moderni je izraz drevne umjetnosti pripovijedanja. Kroz povijest se pričanje priča koristilo za dijeljenje znanja, mudrosti i vrijednosti. Priče su imale mnogo različitih oblika. Priče su prilagođene svakom sljedećem mediju koji se pojavio, od kruga logorske vatre do srebrnog ekrana, a sada i ekrana računala (The Digital Storytelling Association, 2002.).

a) *Pričanje priče*

Priče su način na koji se govore određene stvari o idejama, identitetima i pristupu ljudskom stanju, a također izražavaju nešto drugima (Wagner, 2014.). Priče su građevni blokovi znanja, temelj pamćenja i učenja. Priče funkcioniraju kao simbolički alati, načini razumijevanja iskustva koje se odvija u vremenu i prostoru (Bruner, 1987.). Pojedinci otkrivaju vlastite misli stvarajući svoje priče tijekom procesa pisanja (Miller, 2010.). Ljudi svakodnevno komuniciraju kroz priče (Tenh et al, 2012.). Priče se pričaju, slušaju i na njih se odgovara kako bi se prenijele i apsorbirale poruke ili ideje (Grisham, 2006.). Kao što je Umberto Eco spomenuo, jedan od prvih instrumenata koji koristi čovječanstvo je priča. Izjavio je da je "čovjek po prirodi životinja koja pripovijeda" Prema ovoj perspektivi smisleno je reći da priče daju smisao zemlji i izgrađuju vezu između organizirane zajednice/društva i ljudi (cit. prema Grishan, 2006).

Povijest pripovijedanja stara je koliko i ljudska povijest. Budući da je ljudsko razumijevanje uvelike povezano s pripovijedanjem – osobito u vezi s konceptom 'preseljenja', što znači sposobnost upućivanja na događaje koji pripadaju drugom vremenu i mjestu od tekuće komunikacije - bit će pravi pristup pogledati prvi narativni primjeri (Yılmaz i Ciğerci, 2018). Sukladno tome, pripovijedanje je oduvijek bilo važan komunikacijski alat u dijeljenju znanja, iskustava i vrijednosti (Heo, 2009; Smeda, Dakich i Sharda, 2014) sa sljedećom generacijom (Harrison, 2011), djelujući kao most između prošle i sadašnje zajednice. (Hull & Katz, 2006.).

Kroz povijest društvenog razvoja čovječanstva od antičkih vremena do danas, korišteno je kao prirodna, moćna tehnika i obrazovni alat za prijenos i dijeljenje znanja, iskustva i vrijednosti s jedne generacije na drugu (Lantz i sur., 2020. ; Smeda i sur., 2014.). Pripovijedanje se razvilo dok su prapovijesni ljudi dijelili informacije o okolišu, kretanju divljih životinja ili izvorima hrane. Takve informacije o preživljavanju, tijekom generacija, postale su kodificirane i proširene na povijest, tradiciju i kulturnu mitologiju. Nastali narativi (pripovijedanje niza događaja i njihova značenja) bili su povjereni pripovjedačima da ih sačuvaju i podijele.

Pripovijedanje (dodavanje okruženja, radnje, likova, logičan razvoj događaja, vrhunac) proširilo se na rituale temeljene na mitovima, participativne ponovne izvedbe ili drame. Priče su objašnjavale ulogu(e) ljudi u vidljivim i nevidljivim (čarobnim) događajima u okolnom svijetu i inspirirale ih na velika djela, putovanja ili bitke. Pojavom pisanja priče su se sačuvale i s vremenom su bile prepoznate kao književnost (pisana djela koja se smatraju trajnim umjetničkim vrijednostima).

Naglašeno je da pripovijedanje ima moć podržati aktivno sudjelovanje u učenju pedagogije, koristiti ono što su naučili, poticati, oživljavati, energizirati i razveseliti učenike (Halifeoğlu, 2021.).

b) Digitalno pripovijedanje

Digitalno pripovijedanje je primjena tehnologije koja je pozicionirana da iskoristi prednosti sadržaja koje pridonose korisnici i da pomogne učiteljima da prevladaju neke od prepreka produktivnom korištenju tehnologije u svojim učionicama (Robin, 2008.). U svojoj osnovnoj srži, digitalno pripovijedanje temelji se na korištenju digitalnih alata za pričanje priče. Postoji mnogo pojmova koji se koriste za opisivanje digitalnog pripovijedanja kao što su digitalni dokumentarni filmovi, računalno utemeljeno pripovijedanje, digitalni eseji, interaktivno pripovijedanje (Robin, 2008.), multimedjsko pripovijedanje (Smeda i sur., 2014.; Tsou i sur., 2006.), web priče zasnovane na pričama (Smeda, 2014.) ili Web 2.0 pripovijedanju (Alexander & Levine, 2008.), ali općenito se sve vrte oko ideje kombiniranja tradicionalnog pripovijedanja s novim medijskim alatima kao što su slike, grafika, glazba, zvuk i autorov glas (Gregori-Signes, 2014.) ispričati i podijeliti priču koja općenito traje 2-5 minuta (Rance-Roney, 2008.). Digitalno pripovijedanje, koje spaja moć tehnologije i pripovijedanja, naziva se i modernim izrazom stare umjetnosti pripovijedanja (Lambert, 2010.). Poput tradicionalnog pripovijedanja, digitalne se priče vrte oko odabrane teme i često imaju određeno gledište. (Bilići, 2021). Yoon (2013.) je usporedio verbalno i digitalno pripovijedanje u smislu različitih značajki:

Stol 1. Usporedba verbalnog pripovijedanja i digitalnog pripovijedanja

Stavke	Pričanje priče	Digitalno pripovijedanje
Dolazak	Prije više tisuća godina	1994. od strane Atchleyja i Lambert u Digital Storytelling Centru
Glavni tip	Ljudski glas, mimici, geste	Više komponenti okruženja (videozapisi, slike, glas itd.)
Davanje sadržaja	Verbalna komunikacija	ICT alati (računalo, tablet itd.)
Obrazac podataka	Općenito obojeni i tiskani papir	Elektronički pohranjeno u digitalnom obliku
Stil učenja	Verbalna komunikacija/jednosmjerno govorenje/slušanje	Višestruka komunikacija Interakcija i suradnja
Glavni lik	Riječi kombinirane prvenstveno gestama i izrazima	Razotkrivanje vrlo emocionalnog iskustva uz audio pripovijedanje, slike, zvukove i glazbu

c) Pojava i povijest digitalnog pripovijedanja

Digitalno pripovijedanje prvi put se pojavilo u Kaliforniji 1990-ih s radom Joea Lamberta i Dane Atchly (Bull i Kajder, 2004.). Joe Lambert je sa suprugom Ninom Mullen i kolegom Danom Atchley 1994. osnovao Digital Media Center u San Franciscu. Kasnije je isti tim promijenio je ovaj centar u Centar za digitalno pripovijedanje u Berkeleyju 1998. (Göcen, 2014.) Lambert i njegov tim razvili su jedinstveni računalni obrazovni i umjetnički program oko Radionice digitalnog pripovijedanja. Kroz Centar za digitalno pripovijedanje, od 1993. godine, oko 1000 organizacija radilo je s oko 1000 organizacija diljem svijeta, a više od 15 000 ljudi obučeno je u umjetnosti digitalnog pripovijedanja (Lambert, 2003.). U ranim danima digitalnog pripovijedanja,

Centar za digitalno pripovijedanje koristio je CDS omogućio obuku i pomoći ljudima zainteresiranim za stvaranje i dijeljenje svojih osobnih priča. Ubrzajmo do danas i može se vidjeti da je ono što je novo da su alati potrebni za digitalno pripovijedanje – računala, skeneri, digitalne kamere i visokokvalitetni uređaji za snimanje digitalnog zvuka – postali sve pristupačniji i pristupačniji (Robin, 2008.).

d) Definicije

Riječ je o kreativnom procesu u kojem se tradicionalna priča kombinira s vlastitim digitalnim tehnologijama kao što su računala, video kamere i diktafoni (Ohler, 2008.). Chung (2007) definira digitalno pripovijedanje kao aplikaciju za multimediju prezentaciju koja uključuje digitalni tekst, slike, video i audio u računalnom okruženju. Yüksel, Robin i McNeil (2011) definiraju digitalno pripovijedanje općenito kao dijeljenje informacija i pripovijedanje s multimedijskim alatima i resursima. Iako postoje mnoge definicije digitalnog pripovijedanja, zajednička ideja u ovim definicijama je da se digitalno pripovijedanje formira obogaćivanjem tradicionalnog pripovijedanja multimedijskim elementima kao što su slika, zvuk i glazba (Göcen, 2014.).

e) 21. stoljeće i digitalno pripovijedanje

Može se reći da su alati potrebni za digitalno pripovijedanje – računala, skeneri, digitalne kamere i visokokvalitetni uređaji za snimanje digitalnog zvuka – postali sve pristupačniji i pristupačniji (Robin, 2008.). Kombinacija moćnog, ali pristupačnog, tehnološkog hardvera i softvera savršeno se uklapa u potrebe mnogih današnjih učionica, gdje je fokus na pružanju vještina koje će im trebati učenicima da „uspiju u okruženjima koja se sve više razlikuju od medija” (Riesland, 2005.) Digitalno pripovijedanje može biti snažno iskustvo učenja koje obuhvaća velik dio onoga što se društvo nada da će učenici znati i moći izvesti u 21. stoljeću (Jakes & Brennan, 2005.). Ovdje trebamo istaknuti vještine 21. stoljeća.

- Kritičko razmišljanje i rješavanje problema;
- Suradnja i vodstvo;
- Agilnost i prilagodljivost;
- Inicijativa i poduzetništvo;
- Učinkovita usmena i pisana komunikacija;
- Pristup i analiza informacija; i
- Znatiželja i mašta (Wagner, 2008).

Štoviše, Konzorcij za procjenu i poučavanje vještina 21. stoljeća (2012.) organizira vještine, znanja i stavove u četiri kategorije: način razmišljanja, način rada, alati za rad i život u svijetu. Bez obzira na uključene vještine ili pojmove koji se koriste za njihovo opisivanje, sve definicije vještina 21. stoljeća relevantne su za aspekte suvremenog života u složenom svijetu. Većina se fokusira na slične vrste složenih vještina mišljenja, učenja i komunikacije, a sve su zahtjevnije za podučavanje i učenje od vještina napamet. Te se sposobnosti također obično nazivaju vještinama razmišljanja višeg reda, dubljim ishodima učenja i složenim mišljenjem i komunikacijskim vještinama (Saavedra ve Opfer, 2012.).

Uzimajući u obzir potrebe i zahtjeve 21. stoljeća, globalizacija, ekomska nužnost i nizak građanski angažman povećavaju hitnost učenika da razviju vještine i znanja koja su im potrebna za uspjeh. Današnji studenti bit će arhitekti budućeg svijeta, shodno tome i svijet se brzo mijenja, a odgajatelji moraju odgovoriti pripremajući svoje učenike za društvo u kojem će raditi i živjeti. Podučavanje vještina 21. stoljeća je imperativ i ne može se zanemariti niti olako shvatiti (Larson i Miller, 2011.).

Učitelji bi trebali uzeti u obzir da u današnjoj ucionici integracija tehnologije, pedagogije i sadržaja vodi do „dubljeg razumijevanja različitih i snažnijih uloga koje digitalni mediji mogu imati i u nastavi i u učenju“ (Robin 2008). Brennerovo (2014.) istraživanje i iskustvo pokazuju da poučavanje uz pomoć računala i komunikacijski alati 21. stoljeća imaju takvu ulogu i pozitivno utječu na ishode učenja učenika. Putem digitalnog pripovijedanja (DST) učenici razvijaju mnoštvo vještina, neophodnih da bi bili učinkoviti u 21. stoljeću jer je to više od pukog korištenja tehnologije. To je medij izražavanja, komunikacije, integracije i mašte (Malita i Martin, 2010.).

- **Kritički razmišljati:** Digitalno pripovijedanje navodi studente na kritičko razmišljanje o učinkovitim kombinacijama audio i vizualnih komponenti. Svaka priča zahtijeva od učenika da prikupe dokaze koji podupiru svoju priču te da ih okupe i organiziraju na način da postignu željeni učinak, što su dva najteža koncepta za studente pisce za razumijevanje kada sami pišu rade. Kroz digitalno pripovijedanje, učenici počinju shvaćati kako svi elementi pisanja pripovijesti funkcioniraju zajedno i kako njima manipulirati za najbolje učinke kod čitatelja i gledatelja (Jonassen i sur., 2008.).
- **Samoizražavanje i tolerancija:** Također, digitalne priče koje su stvorene i u koje je uložen naporan rad, mogle bi se dijeliti. Dijeljenje i evaluacija digitalnih priča među vršnjacima izvrstan je način za poticanje samoizražavanja i tolerancije te za stvaranje angažirane zajednice učenika.

- **Suradnja:** U suradničkom i nekako novom okruženju za učenje učenici su aktivno uključeni u razmjenu ideja, traženje i primanje povratnih informacija, učenje na neformalan i, istodobno, na poznat način o temama koje ih zanimaju, od vršnjaka, (stariji) kolege.
- **Komunikacija:** Učenici razvijaju komunikacijske vještine, uče postavljati pitanja, izražavati mišljenja, konstruirati naracije i pisati za publiku, poboljšavajući također svoje jezične i računalne vještine korištenjem softvera koji kombinira različite multimedije: tekst, slike, audio, video i web objavlјivanje. Kada se stvaraju digitalne priče, učenici ne samo da postaju tehnološki pismeniji, već postaju i dizajneri, slušatelji, tumači, čitatelji, pisci, komunikatori, umjetnici i mislioci (Kajder, 2004., cit. Malita i Martin, 2010.)

f) Vrste digitalnog pripovijedanja

Robin (2006) je naveo da, iako postoji mnogo vrsta digitalnih priča, najvažnije se mogu grupirati u tri skupine i grupirati digitalne priče kao “osobne priče”, “priče koje propituju povjesne događaje” i “informacijske ili nastavne priče”.



Lik1. Vrste digitalnog pripovijedanja

1) Osobne priče

Možda je najpopularnija vrsta digitalne priče ona u kojoj autor govori o osobnim iskustvima. Te se priče mogu vrtjeti oko značajnih događaja u životu i mogu biti emocionalno nabijene i osobno značajne i za autora i za gledatelja. Robin (2006) je kao razlog stvaranja digitalnih priča istaknuo važnost želje za stvaranjem osobnih priča. To je vrsta digitalne priče koja sadrži sjećanja i iskustva pripovjedača. U ovoj vrsti priče sadržaj su događaji koji su se dogodili u vlastitom životu osobe. To je vrsta digitalne priče koja se dobiva pisanjem priče ovog sadržaja i pretvaranjem u digitalni oblik pomoću multimedijskih alata (Göçen, 2014.).

2) Priče koje propituju povijesne događaje

To je vrsta digitalne priče u kojoj se povijesni događaji uzimaju kao tema. Vizuali i vokalizacije korišteni u stvaranju ove digitalne priče trebali bi odražavati taj povijesni događaj. Impresivna kombinacija pričanog dijela digitalne priče i digitalnih elemenata čini da se slušatelji osjećaju kao da žive povijesni događaj i vrijeme događaja (Göçen, 2014.). U učionici bi učenici mogli koristiti povijesne fotografije, novinske naslove, govor i drugi dostupni materijali za izradu priča koja događajima dodaje dubinu i smisao iz prošlosti (Robin, 2008).

3) Informacijske i nastavne priče

Ova vrsta digitalne priče prvenstveno se koristi za prenošenje nastavnog materijala u mnogo različitih sadržaja. Učitelji mogu koristiti ovu vrstu digitalne priče da svojim učenicima prezentiraju informacije o predmetima u rasponu od matematike i znanosti, do umjetnosti, tehnologije i medicinskog obrazovanja (Robin, 2008.). To je vrsta digitalne priče koja ima za cilj naučiti publiku određenoj temi. Sadržaj koji se poučava je ispričan, kombiniran s odgovarajućim slikama, zvukovima i glazbom te predstavljen ciljnoj publici. U ovoj vrsti digitalne priče predmet koji se informira ili podučava postaje konkretniji za publiku jer je obogaćen vizualnim i slušnim (Göçen, 2014.).

g) Osnovni elementi digitalnog pripovijedanja

Ohler (2008) objašnjava u svojoj knjizi Digital Storytelling in the Classroom da elementi digitalne priče igraju važnu ulogu u izgradnji digitalne priče. Elementi daju pripovjedačima da razmišljaju u procesu izgradnje kako bi proizveli ono što se naziva dobrom digitalnom pričom (Lambert, 2006.). Postoji nekoliko stručnjaka koji su predložili svoje vlastite skupove elemenata, međutim, ovdje ćemo koristiti Robinove elemente jer je najažurniji i temelji se na Centru za digitalno pripovijedanje.

Stol2. Sedam elemenata digitalnog pripovijedanja

Sedam elemenata digitalnog pripovijedanja Centra za digitalno pripovijedanje

1. **Točka gledišta** Koja je glavna poanta priče i kakva je perspektiva autora?
2. **Dramatično pitanje** Ključno pitanje koje zadržava pozornost gledatelja i na koje će se odgovoriti do kraja priče.
3. **Emocionalni sadržaj** Ozbiljna pitanja koja oživljavaju na osoban i snažan način i povezuju priču s publikom.
4. **Dar tvoga** Način personalizacije priče kako bi

glas	se publici pomoglo razumjeti kontekst
5. Snaga zvučnog zapisa	Glazba ili drugi zvukovi koji podupiru i uljepšavaju priču
6. Ekonomija	Korištenje samo dovoljno sadržaja da se ispriča priča bez preopterećenja gledatelja.
7. Pacing	Ritam priče i kako polako ili brzo napreduje.

1) *Točka gledišta*

To je element koji sadrži glavnu točku priče i stajalište autora. Kako bi digitalna priča bila učinkovita, svrha priče treba biti jasna, a autor priče treba pripremiti iz perspektive prikladne njezinoj svrsi. Lambert (2003) je izjavio da se priče mogu zaboraviti, ali perspektive se pamte. Iz tog razloga autor mora predstaviti proizvod u skladu sa svrhom priče i voditi slušatelja u okvirima stajališta priče. Za to se autor pita "Zašto sam odabrao ovu temu?", "Koju poruku želim dati publici?" i "Koja je svrha pisanja ove priče?" treba postavljati takva pitanja. Na taj način, autor će se usredotočiti na točku koju želi ispričati u priči i otkriti proizvod prikidan za njegovu svrhu (Göçen, 2014.). Arslan (2013) je naveo da gledište uspostavlja odnos između priповjedača i slušatelja, a to je faza u kojoj priповjedač odlučuje što će ispričati.

2) *Dramatično pitanje*

Na kraju priče zadržava se pažnja publike i ključno je pitanje na koje treba odgovoriti. Oni koji gledaju digitalnu priču pažljivije gledaju priču, pitajući se odgovor na ovo pitanje tijekom cijele priče i očekuju da će odgovor na to pitanje pronaći na kraju priče (Göçen, 2014.). Bull i Kajder (2004) izjavili su da je element dramatičnog pitanja ono što razlikuje digitalnu priču od filma o putovanju. Lambert (2003) je izjavio da dobro osmišljene priče povećavaju uzbudenje od početka do kraja priče. Rješenje upečatljivog problema zapravo je središte priče. Iz tog razloga, pisci priče trebaju strukturirati ovo pitanje iz perspektive priče i zadržati pozornost slušatelja na priči dok priča ne završi (Göçen, 2014.).

3) *Emocionalni sadržaj*

Emocionalni sadržaj element je koji utječe na vezu između priče i njezine publike. Najučinkovitije digitalne priče su one koje izazivaju emocije kod svoje publike (Bull & Kajder, 2004.). Smijeh, plač, ljutnja, uzbuđenje, strah, tuga i iznenadenje reakcije su koje se doživljavaju i prikazuju uz aktivaciju emocija. Takve reakcije publike digitalne priče pokazuju da je između priče i publike uspostavljena emocionalna veza (Göçen, 2014.). Lambert (2003) je naveo da je uvjek važno da publika razmisli o stupnju emocionalne osjetljivosti u oblikovanju perspektive priče.

4) *Dar tvoga glasa*

Nakon procesa pisanja digitalne priče, ona se izgovara prije susreta s publikom. Ovaj element je jedna od značajki koje razlikuje digitalnu priču od tradicionalne priče. Audio element je značajka koja može povećati učinkovitost digitalne priče. Umjesto da izravno čita priču, pripovjedač je treba vokalizirati, pazeći na intonaciju i naglasak. Bull i Kajder (2004.) navode da su pripovjedačevu prilagodavanje visine glasa, promjena tona glasa i tona glasa osobni način prenošenja značenja i svrhe priče. Također su naglasili da je zvuk jedan od najvažnijih elemenata koji doprinose učinkovitosti digitalne priče.

5) *Snaga zvučnog zapisa*

Glazba je važan element digitalne dimenzije priče. Kako bi pripovjedač pripremio učinkovitu digitalnu priču, mora odabrati prikladnu glazbu za priču. Glazba dodana pripremljenoj priči je element koji podupire i ukrašava priču (Göçen, 2014.). Arslan (2013) je naveo da smislena i skladna glazba odabrana u digitalnoj priči povećava narativnu snagu priče. Prikladno korištena glazba ili zvukovi mogu dodati dubinu priči i učiniti je emotivnijom i naglašenijom (Karakoyun, 2014.).

6) *Ekonomija*

Ovaj element se odnosi na učinkovito korištenje drugih elemenata u digitalnoj priči. Lambert (2003) je izjavio da je ekonomija općenito najveći problem u priči. Prekomjerna upotreba riječi, vizualnih i slušnih u digitalnoj priči, može uzrokovati da publika postane dosadna, da ima poteškoća u praćenju priče, da postane ometena i da se udalji od točke gledišta priče (Göçen, 2014.). Učinkovitost digitalne priče postiže se sintetiziranjem priče i digitalnih elemenata na smislen i učinkovit način. Stoga, prekomjerna i nepotrebna uporaba ovih elemenata ne samo da će priču učiniti neučinkovitom, već može uzrokovati i da priča odstupi od svoje svrhe. Bull i Kajder (2004) navode da se digitalna priča sastoji od kratkih priča od dvije do tri minute, kako se prakticira u Centru za digitalno pripovijedanje.

7) *Pacing*

Ovaj element govori o brzom ili sporom napredovanju priče. Smatra se da je tajna uspješne priče ritam. Ritam priče također utječe na publiku ili slušatelja da prati priču. Ritam treba biti u skladu s pripremljenom pričom. Lambert (2003) navodi da će brzi tempo dati osjećaj hitnosti, akcije, nervoze, ljutnje i uzbudjenja, dok će spori tempo dati osjećaj kontemplacije, romantike, opuštenosti ili jednostavnih užitaka. U tom slučaju pripovjedač treba izbjegavati korištenje ritma koji je prebrz da bi ga publika pratila i toliko monoton da im postane dosadno. Ritam treba oblikovati prema sadržaju i toku priče. Kao što bi tempo tužnih i radosnih priča trebao biti drugačiji, poglavljia s različitim tijekom u priči trebala bi napredovati različitom brzinom (Göçen, 2014.).

h) *Proces stvaranja digitalnog pripovijedanja*

Vidi se da se o koracima koji se slijede u procesu digitalnog pripovijedanja raspravlja u različitim brojevima i fazama u literaturi. Wang i Zhan (2010) naveli su da se proces kreiranja digitalne priče sastoji od dva osnovna koraka: sastavljanja priče i integracije tehnologije. Sastavljanje priče slijedi isti proces kao i svaka kompozicija. Ovaj korak uključuje analizu publike, svrhu, glas i ton, generiranje nacrta ideja za priču, kombiniranje sadržaja sa scenarijem, reviziju i uređivanje priče. Kada je priča dovršena, poprima svoj digitalni oblik pomoću odgovarajućih tehnoloških alata. Robin (2016) preporučuje učenicima da slijede 12 koraka prikazanih na slici 2 dok stvaraju digitalne priče.



Lik2. Koraci stvaranja digitalne priče

1) Odabir teme

U određenom smislu, određivanje teme je polazište za digitalnu priču (Yavuz-Konokman, 2015.). Učenici koji će raditi zajedno mogu se okupiti i odlučiti o temi koristeći svoje vještine razmišljanja i suradnje (Chung, 2006.; Kieler, 2010.). Također je važno tko je ciljna publika u odabiru teme i za koju će se svrhu priča pripremati kao što su informiranje, uvjeravanje, ispitivanje (Robin, 2016.).

2) Istraživanje na tu temu

Ako će digitalne priče koje će učenici stvarati biti osobnog (reflektivnog) tipa, važno je izraditi plan koji uključuje avanturu glavnog lika, događaje koje je doživio, njegove probleme, rješenja problema i zaključak prije nego što napišete scenarij (Jakes & Brennan, 2005.). Ako će digitalna

priča koja će se izraditi biti edukativnog (informativnog) ili povijesnog tipa, preporuča se da studenti prijeđu na fazu planiranja nakon što istraže glavnu temu teme iz online i tiskanih izvora prije nego što pređu na izradu scenarija (Lambert, 2010; Robin, 2016). Učenici također imaju koristi od vizualnih i slušnih elemenata do kojih dolaze putem interneta kako bi svoje scenarije priče učinili smislenijim. Tijekom provođenja istraživanja, potrebno je voditi računa da se osiguraju materijali kompatibilni sa scenarijem (Yavuz-Konokman, 2015).

3) Pisanje prvog nacrtu scenarija

Poznato je da je pisanje scenarija priče glavni element procesa stvaranja digitalne priče (Robin & McNeil, 2012). Također se navodi da je proces pisanja scenarija najdugotrajnija faza (Robin, 2006.). Proces često počinje tradicionalnim pisanjem. Izrada scenarija je proces prenošenja autorovih misli ili uređenih informacija na papir prema vrsti osobe, didaktičke ili povijesne priče (Robin & McNeil, 2012). Preporuča se da učenici nešto napišu bez okljevanja i tijekom izrade priče izražavaju vlastite osjećaje, uzbuđenje i stajalište (Demirer, 2013.). Korisno je pročitati prvi nacrt priče naglas kako bi se osiguralo da je svrha priče jasno navedena i uključuje perspektivu. Dodatno, kako će digitalna priča trajati samo nekoliko minuta, dodatnu kvalitetu može osigurati fokus na specifičnom problemu (Robin, 2016).

4) Dobivanje povratnih informacija o scenariju

U ovom se koraku scenarij priče dijeli s drugima i prima povratne informacije. Nakon što učenici naprave nacrt scenarija, dijele svoje priče s drugima i dobivaju povratne informacije. Tijekom procesa pisanja nacrt scenarija kontinuirano se vrše revizije(Bilići, 2021.). Kod faze pregleda sadržaja, nacrt priče ocjenjuje se u smislu pravopisnih pravila, interpunkcijskih znakova i semantičke cjelovitosti. Povratne informacije i ispravci za scenarij mogu se dati u skladu sa samovrednovanjem, vršnjačkom evaluacijom i evaluacijom nastavnika (Baki, 2015.).

5) Ispravak scenarija

Korekcije i poboljšanja u scenariju se vrše korištenjem povratnih informacija primljenih u nacrtu scenarija. Budući da je pisanje scenarija iterativni proces, može biti potrebno nekoliko pokušaja za postizanje dobrih rezultata (Robin, 2016.). Za tečnost priče važno je da učenici dobiju povratnu informaciju čitajući naglas sami ili svojim kolegama iz razreda (Demirer, 2013.). Povratne informacije i ispravci nastavljaju se sve dok nacrt scenarija priče ne dobije svoj konačni oblik. Kada nacrt scenarija dobije svoj konačni oblik, sljedeće faze prolaze nakon procesa pisanja (Bull & Kajder, 2004.).

6) Pronalaženje, proizvodnja i dodavanje slika

U digitalnim pričama vizualizacija se koristi kako bi se povećao učinak scenarija i učinio ga smislenijim. Online alati za pretraživanje dostupni su za fotografije, crteže, isječke, karte, karte i

još mnogo toga. Osim toga, učenici mogu koristiti i vlastite fotografije snimljene fotoaparatom (Robin, 2016; Robin & McNeil, 2012)

7) Briga o autorskim pravima

Prilikom pretraživanja internetskih materijala preporuča se odabratи materijale s Creative Commons licencama (Robin, 2016.). Osim toga, za ostale pisane ili vizualne materijale preuzete iz internetskih ili tiskanih izvora, potrebno je navesti izvor poštujući osobna prava.

8) Izrada storyboarda

Storyboard je pisani ili vizualni sažetak svih elemenata koji se planiraju uključiti u digitalnu priču. Također se smatra organizacijom uma ili storyboardom u kojem je fikcija scenarija spojena s digitalnim elementima (Jakes & Brennan, 2005.; Kearney, 2009.; Robin, 2016.). Storyboard olakšava izmjenu i dodavanje sadržaja u digitalni video priče prije dovršetka. Može se izraditi na velikom komadu papira ili se može izraditi na računalu s nekim softverom (Karakoyun, 2014.). U procesu dizajna digitalne priče izrađuje se storyboard kako bi se vizualiziralo kako će priča izgledati i kako bi se prikazao dijagram toka videa (Lambert, 2010.; Yavuz-Konokman, 2015.). Iako se korak izrade storyboarda često smatra nepotrebnim i dosadnim korakom koji učenici žele preskočiti, generalno je smatran nužnim elementom digitalnog pripovijedanja (Jakes & Brennan, 2005).

9) Izrada zvučnog zapisa

Kako bi se sadržaju dodalo značenje i dubina te povećala emocionalna vrijednost u digitalnoj priči, ona ima važno mjesto za vokalizaciju obraćajući pažnju na naglasak i intonaciju (Kajder & Swenson, 2004.). Učinkovita vokalizacija od strane učenika vlastitim glasovima osigurava da se priča internalizira od strane učenika i dodaje originalnost i emocionalnost priči (Chung, 2006.; Ohler, 2006.). Za snimanje zvuka može se koristiti vanjski mikrofon spojen na računalo ili interni mikrofon u mobilnim telefonima i prijenosnim računalima. Osim hardverske komponente, potreban je i softver poput Audacityja koji omogućuje snimanje i uređivanje zvuka na audio datotekama. Neki softver za kreiranje digitalnih priča, kao što je MS Photo Story 3, ima ugrađenu opciju snimanja zvuka. Za kvalitetnu snimku tijekom snimanja zvuka važno je da je okruženje tiho i da se napravi potreban broj ponavljanja (Bilić, 2021.).

10) Dodavanje glazbe u pozadini

Dodavanjem pozadinske glazbe prikladne za temu priče može se dodati bogatstvo. Za to se može koristiti postojeća glazba u korištenom softveru ili preuzeti s internetskih adresa kao što je "Jamendo.com" (Robin, 2016.). Važno je uzeti u obzir pri dodavanju glazbe digitalnoj priči da pozadinska glazba ne bi trebala nadjačati glasove.

11) Stvaranje digitalne priče

U ovoj fazi, komponente kao što su scenarij priče, vizualni prikazi, zvučni zapisi i pozadinska glazba spajaju se u prikladno softversko okruženje kako bi se stvorila digitalna priča. Za to se

može koristiti softver kao što je MS Photo Story 3, Movie Maker, iMovie ili softver za uređivanje videa na webu kao što je Wevideo (Robin & McNeil, 2012.). Slijed koji je slijedio prilikom izrade digitalne priče u ovim softverima uglavnom je sličan. Prvo, slike se prenose u storyboard u programu. Ako će se glasovno snimanje obaviti u softveru, to se radi slijedeći redoslijed scene u dijagramu toka. Ako su glasovni prijenosi napravljeni izvana, oni se izvana prenose u softver prema redoslijedu scene. Operacije kao što su dodavanje naslova digitalnoj priči, dodavanje pozadinske glazbe, davanje efekata slikama, uređivanje fonta i voje, rade se navedenim redoslijedom.(Bilić, 2021).

12) Dijeljenje digitalne priče

Posljednja faza digitalne priče dovedene u video format koji se može igrati je njezino dijeljenje. Za to se mogu koristiti Youtube, Google Drive, MS OneDrive, Dropbox ili druga okruženja društvenih medija (Robin, 2016.). Osim toga, može se podijeliti i s vršnjacima u razrednom okruženju. Kao rezultat dijeljenja, digitalnoj priči mogu se pružiti odgovarajuće povratne informacije i ispravci tako da se samoprocjena, vršnjačka procjena i ocjenjivanje od strane učitelja pomoću alata kao što su rubrike (Robin & McNeil, 2012). Navedeno je da dijeljenje digitalnih priča na webu ili u učionici olakšava učenicima da međusobno razumiju (Jakes & Brennan, 2005.).

i) Digitalni alati za priporavljanje

Proces digitalnog priporavljanja postupan je proces koji zahtijeva zajedničko korištenje tehnološkog hardvera i softvera. Većina programa koji se primjenjuju za izradu digitalnih priča osmišljeni su tako da zahtijevaju vrlo malo tehničkog znanja i infrastrukture kako bi svatko mogao kreirati digitalne priče (Wang & Zhan, 2010.). Brze promjene u tehnologiji također povećavaju raznolikost softvera koji se koristi za stvaranje digitalnih priča. Alismail (2015) fokusira se na alate kao što su Multimedia Builder, Hyperstudio, Movie Maker i iMovie. Osim softvera za uređivanje videa, slike i zvuka, potreban je i hardver poput kamere, skenera, snimača zvuka i mikrofona (Bilić, 2021.). Alati koji se mogu koristiti općenito su podijeljeni u tri kategorije: softver instaliran na stolnim i prijenosnim računalima, alati kojima se pristupa putem weba i aplikacije kojima se pristupa s mobilnih uređaja (Baki, 2015; Robin, 2016; Robin & McNeil, 2012). Ovi najčešće korišteni alati prikazani su u tablici 3.

Stol3. Digitalni alati za priporavljanje

Srednji	Softver
Računalni programi	MS Photo Story 3, Windows Movie Maker, Adobe Premiere Elements, Ulead, MSPowerPoint, Imovie
Mobilne aplikacije	StoryKit, Storyrobe, iTalk, Fotobabble, iMovie za Ipad, Reel Director
Web alati	Wevideo, Animoto, StoryBoardThat, Creaza, Prezi, VoiceThread, Meograph, StoryJumper, StoryBird, Toondoo, Slide.ly, Powtoon



Plaćeni/besplatni softver koji osigurava škola, razredne razine studijske grupe i računalne vještine učenika učinkoviti su pri odabiru softvera koji će se koristiti. Primjerice, softver MS Photo Story 3 se ističe jer je jednostavan za korištenje i dostupan besplatno. MS Photo Story 3 posebno je dizajniran za stvaranje priča od mirnih digitalnih slika i ima jednostavno sučelje koje mogu lako koristiti učenici svih razina. U ovom softveru učenici mogu uvoziti i uređivati svoje fotografije jednu po jednu, dodavati natpise, snimati naraciju, dodavati pozadinsku glazbu, postavljati pozicije za zumiranje i pomicanje te dodavati vizualne i prijelazne efekte u nekoliko jednostavnih koraka. Nakon što je digitalna priča gotova, može je spremiti u formatu Windows Media Video (WMV) i koristiti bilo koji program koji reproducira WMV datoteke, kao što je Windows Media Player, za reprodukciju (Bilić, 2021.).

j) *Obrazovanje i digitalno pripovijedanje*

Digitalno pripovijedanje može biti moćan obrazovni alat za učenike svih dobnih skupina i razreda koji imaju zadatak kreirati vlastite priče. Ova upotreba digitalnog pripovijedanja kapitalizira kreativne talente učenika dok počinju istraživati i pričati vlastite priče, uče koristiti knjižnicu i internet za istraživanje bogatog, dubokog sadržaja dok analiziraju i sintetiziraju širok raspon informacija i mišljenja (Robin, 2006.). Korištenje metode digitalnog pripovijedanja za ovu generaciju omogućuje studentima koji već koriste tehnologiju i računala da postanu kreativni pripovjedači (Boase, 2008.; Robin, 2008.) budući da su već 'digitalni urođenici' (Prensky, 2001.).

1) *Za edukatore*

Postoje brojni načini na koje se digitalno pripovijedanje može koristiti u obrazovanju. Jedna od prvih odluka koju treba donijeti kada se odlučite koristiti ovaj alat u nastavnom planu i programu je hoće li instruktor kreirati Digitalne priče ili će to učiniti njihovi učenici. Neki odgajatelji mogu odlučiti stvoriti vlastite priče i pokazati ih svojim učenicima kao način predstavljanja novog materijala. Zanimljiva, multimedijski bogata digitalna priča može se odvojiti kao anticipativni skup ili udica kako bi privukla pozornost učenika i povećala njihov interes za istraživanje novih ideja.

Digitalne priče koje su kreirali učitelji također se mogu koristiti za poboljšanje trenutnih lekcija unutar veće jedinice, kao način da se olakša rasprava o temama koje su prezentirane u priči i kao način da se apstraktni ili konceptualni sadržaj učini razumljivijim. Iako mnogim odgajateljima još uvijek nedostaje kohezivan plan za integraciju multimedije u svoju nastavu, sve veći broj učitelja zainteresiran je za istraživanje načina uključivanja svojih učenika uključivanjem slika, audio i video elemenata u svoju nastavu. Istraživanja su pokazala da korištenje multimedije u nastavi pomaže učenicima u zadržavanju novih informacija, kao i u razumijevanju teškog gradiva. Digitalno pripovijedanje može nastavnicima pružiti moćan alat za korištenje u svojim učionicama. Robin (2016) daje smjernicu za edukatore koji žele započeti podučavanje digitalnog pripovijedanja,

Stol4. Smjernice za digitalno pripovijedanje za nastavnike (Robin, 2016.)

Koraci	Prijedlozi
Korak 1 Odaberite temu	Započnite razmišljanjem o svrsi priče. Pokušavate li obavijestiti, uvjeriti, provocirati, pitati? Tko je publika?
Korak 2 Provesti istraživanje o Tema	Možete koristiti internetske tražilice, ali ne zaboravite da to može i knjižnica biti koristan istraživački alat
Korak 3 Napišite prvi nacrt skripta	Ovo će poslužiti kao audio naracija za vašu priču. Pročitajte naglas što želite napisao sam. Pobrinite se da je svrha priče jasno izražena i uključuje prepoznatljivo gledište
Savjet 1 Neka vaša skripta bude mala i Usredotočeno	<i>Pišete scenarij za digitalnu priču koja obično traje samo nekoliko minuta dugo. Usredotočenost na određeni problem ili temu pomoći će vam u stvaranju boljeg digitalna priča</i>
Savjet 2 Neka bude osobno	<i>Vaša digitalna priča je jedinstvena. To je vaša priča, a publika će to htjeti čuti to iz svoje perspektive. Možda ćete čak morati otkriti osobne podatke u prići dosegnuti emocionalnu dubinu, iako je na vama da odlučite koje detalje želite podijeliti s drugima</i>
Savjet 3 Shvatite luk priče	<i>Većina priča sastoji se od tri dijela: početka, sredine i kraja. The početak je mjesto gdje postavljate scenu i započinjete radnju. Sredina je gdje dajete više pojedinosti o temi ili problemu koji pokušavate objasniti. Priča bi se trebala graditi prema vrhuncu ili razrješenju. Kraj je gdje se pitanja rješavaju. Hoće li vas nova znanja učiniti jačima? Hoćete li sada moći postići veće stvari? Što se dalje događa u vašem životu? Na ova pitanja bit će odgovoren i otkrit će se novi uvid. The zaključak vaše priče trebao bi se povezati s početkom kako bi formirao a tematski luk.</i>
4. korak Primite povratne informacije o Skripta	Podijelite svoju skriptu s drugima i zamolite ih da vam daju povratne informacije o tome što mislili su da bi vašu priču mogla učiniti jasnijom ili korisnijom
Korak 5 Revidirajte skriptu	Upotrijebite povratne informacije koje ste dobili da poboljšate sljedeću verziju svoje skripte. Pisanje skripte je iterativni proces i potrebno je nekoliko pokušaja da bi se



Korak 6 Pronađite, stvorite i Dodaj sliku	postiglo dobro rezultate. Koristite online alat za pretraživanje posebno za slike, kao što je Google slika traži . Možete tražiti fotografije, crteže, isječke, karte, grafikone i više. Ne zaboravite da fotografije koje sami snimite možete koristiti digitalnim fotoaparatom.
Korak 7 Poštujte autorska prava	Potražite materijal koji je u javnom vlasništvu ili ima Creative Commons licencu .
Korak 8 Izradite Storyboard	Storyboard je pisani ili grafički pregled svih vaših elemenata planiraju uključiti u digitalnu priču. Služi kao nacrt ili napredni organizatora dok planirate izgraditi svoju digitalnu priču. Storyboards mogu pomoći svoju priču vizualizirati prije nego što je stvorena kada je lakše napraviti promjene ili dodati novi sadržaj.
Korak 9 Snimite audio naraciju	Pokušajte koristiti visokokvalitetni mikrofon ili aplikaciju za snimanje glasa na pametni telefon.
Korak 10 Dodajte pozadinsku glazbu (neobavezno)	Glazba koja odgovara temi priče može dodati bogatstvo nadopunjajući pripovijedanje. Postoje mnoge sjajne stranice na internetu, kao Jamendo.com besplatno pružaju glazbu bez autorskih prava. npr
Korak 11 Izgradite digitalnu priču	Odaberite softverski alat koji ćete koristiti za izradu svoje digitalne priče
Korak 12 Objavite digitalnu priču	Podijelite svoju digitalnu priču online na lokacijama kao što su YouTube , Google disk , Microsoft OneDrive , Dropbox , itd.

2) Za studente

Digitalno pripovijedanje također može biti moćan alat za učenike koji se poučavaju stvarati vlastite priče. Nakon što pogledaju primjere digitalnih priča koje su kreirali njihovi učitelji ili drugi programeri priča, učenicima se može dati zadaće u kojima se od njih prvo traži da istraže temu, a zatim odaberi određenu točku gledišta. Ova vrsta aktivnosti može izazvati interes, pažnju i motivaciju za učenike "digitalne generacije" u današnjim učionicama. Proces može iskoristiti kreativne talente učenika kad počnu istraživati i pričati vlastite priče dok uče koristiti knjižnicu i internet za istraživanje bogatog, dubokog sadržaja dok analiziraju i sintetiziraju širok raspon sadržaja. Dodatno, učenici koji sudjeluju u stvaranju digitalnih priča mogu razviti poboljšane komunikacijske vještine učeći organizirati svoje ideje, postavljati pitanja, izražavati

mišljenja i konstruirati narative. Također može pomoći studentima dok uče stvarati priče za publiku i prezentirati svoje ideje i znanje na individualan i smislen način.

Osim toga, kada se digitalne priče objave na internetu, učenici imaju priliku podijeliti svoj rad sa svojim vršnjacima i steći dragocjeno iskustvo u evaluaciji vlastitog i rada drugih učenika, što može promicati dobitke u emocionalnoj inteligenciji i društvenom učenju. Digitalno pripovijedanje privlači studente s različitim stilovima učenja i također može potaknuti suradnju kada učenici mogu raditi u grupama, te pruža vrijednost u poboljšanju studentskog iskustva kroz osobno vlasništvo i postignuće (Sveučilište Houston, 2022.).

Obrazovanje u ranom djetinjstvu

Mladi ljudi danas postaju sve više tehnološki potkovani i sve su više angažirani u aktivnostima koje se odvijaju na ekranu računala. Čak i vrlo mladi učenici reagiraju i motivirani su stvaranjem računalnih materijala, poput digitalnih priča (Robin, 2016.). Za dobre primjere korištenja digitalnog pripovijedanja s mlađim učenicima; možete pregledati studije Shelby-Caffeyja, Úbéde i Jenkinsa (2014.) i Foleyja (2013.). Oba ova istraživanja dokazuju da su se učenici koji su sudjelovali u aktivnosti digitalnog pripovijedanja bolje ponašali u nastavi, imali su povećano samopouzdanje i pokazali veći interes za predmete koje su učili.

Srednje i srednje obrazovanje

Za starije učenike, digitalno pripovijedanje posebno je prikladno za konstruktivističku učionicu u kojoj ovi učenici mogu konstruirati vlastito značenje kroz višestruko iskustvo odabira teme priče, provođenja istraživanja o toj temi, pisanja scenarija, prikupljanja slika, snimanja audio pripovijedanja i korištenjem računalnih alata za konstruiranje konačne priče. Rezultat je multimedijski artefakt koji bogato ilustrira ne samo ono što je učenik istražio i oživotvorio, već i ono što su naučili iz iskustva (Robin, 2016.). Digitalno pripovijedanje osnažuje učenike na razne načine, uključujući intelektualno, kulturno i kreativno (Benmayor, 2008.); procjenjuju stvarnost koja ih okružuje i proizvode vlastitu interpretaciju iste (Gregori-Signs, 2014.); poboljšanje samopouzdanja učenika i poboljšanje njihovih socijalnih i psiholoških vještina (Berk, 2009.) i kombiniranje znanja o sadržajnom području s društvenom sviješću (Fletcher i Cambre, 2009.). Također u srednjem obrazovanju i nakon, digitalne priče koje kreiraju učitelji mogu se koristiti i za poboljšanje trenutnih lekcija unutar veće jedinice, kao način da se olakša rasprava o temama predstavljenim u priči i kao način za stvaranje apstraktnog ili konceptualnog sadržaja razumljiviji (Robin, 2008). U nastavku, slika 2 pokazuje konvergenciju digitalnog pripovijedanja u obrazovanju. kao način da se olakša rasprava o temama predstavljenim u priči i kao način da se apstraktni ili konceptualni sadržaj učini razumljivijim (Robin, 2008).



Lik3. Konvergencija digitalnog pripovijedanja u obrazovanju.

Robin (2008) nudi uvid u to kakve kapacitete jača korištenje digitalnog pripovijedanja u obrazovanju učenika.

- Digitalna pismenost—sposobnost komuniciranja sa zajednicom koja se stalno širi radi rasprave o problemima, prikupljanja informacija i traženja pomoći;
- Globalna pismenost – sposobnost čitanja, tumačenja, odgovaranja i kontekstualiziranja poruka iz globalne perspektive
- Tehnološka pismenost—sposobnost korištenja računala i druge tehnologije za poboljšanje učenja, produktivnosti i performansi;
- Vizuelna pismenost – sposobnost razumijevanja, proizvodnje i komuniciranja putem vizuelnih slika;
- Informacijska pismenost—sposobnost pronalaženja, evaluacije i sintetiziranja informacija.

k) Digitalno pripovijedanje u obrazovanju odraslih

Dosadašnja istraživanja o digitalnom pripovijedanju (DST) bila su usredotočena uglavnom na djecu i mlade, ali malo znamo o tome kako se ono koristi u obrazovanju odraslih (Prins, 2016.). Rossiter i Garcia (2010) navode da se konceptualni okvir počinje pojavljivati na spoju ključnih koncepata iz učenja odraslih, narativnog učenja i digitalnog pripovijedanja. Vjeruju da je, baš kao što je narativno učenje jedna perspektiva u obrazovanju odraslih, digitalno pripovijedanje jedna metoda unutar narativnog obrazovanja koja uključuje obrazovnu tehnologiju. Sukladno tome, proživljeno iskustvo, naracija i glas ključni su elementi i u obrazovanju odraslih i

digitalnom pripovijedanju priča. Namjerna i adekvatna primjena preokrenutog učenja, digitalnog pripovijedanja i blockchaina, ovisno o postavljenim operativnim ciljevima,

Prins (2017) osvjetjava potencijal i upotrebu DST-a u programima osnovnog obrazovanja i opismenjavanja odraslih (ABEL) kao što su GED® (General Educational Development) satova, ESL (engleski kao drugi jezik), pismenost odraslih i obiteljsko opismenjavanje, dok se uglavnom pristupa djeci i mladima. U obrazovanju odraslih, DST je povezan s Freireovim (i Boalovim) obrazovanjem za postavljanje problema, koje je koristilo crteže i fotografije kako bi olakšalo sociopolitičku analizu i učenje pismenosti. Prins (2017) objašnjava zašto je DST dobro prilagođen učenicima ABEL-a; pristupačan je, aktivira višestruke oblike znanja, pruža nove puteve za razvoj glasa i društveno djelovanje te potiče međugeneracijsko učenje i interakciju.

Zbog svog potencijala za refleksivno, aktivno, oslobođajuće i ugodno učenje, poznato je da se digitalno pripovijedanje koristi u učionici s mnogim inovativnim aspektima, i kao nastavni alat i kao alat za učenje (Wang & Zhan, 2010.). Dok stvaraju vlastite digitalne priče, učenici se susreću s integriranim nastavnom aktivnošću koja od njih zahtijeva korištenje niza kognitivnih, međuljudskih, organizacijskih i tehničkih vještina (Dreon i sur., 2011.). Naglašava se da konstruktivistički zadaci učenja koje uključuje mogu poboljšati širok raspon ishoda učenja, od razvoja tradicionalnih i novih vještina pismenosti do emocionalnih koristi (Kearney, 2009.). Navedeno je da su različite vještine u tablici 4. pokazale poboljšanje kod učenika koji su sudjelovali u procesu digitalnog pripovijedanja (Robin, 2006.).

Stol 5. Vještine poboljšane procesom digitalnog pripovijedanja

Vještine	Postupak
Istraživačke vještine	Pronalaženje i analiza relevantnih informacija za priču
Vještine pisanja	Izgradnja perspektive i razvoj scenarija
Organizacijske vještine	Upravljanje opsegom projekta, korištenim materijalima i vremenom potrebnim za dovršetak zadatka
Tehnološke vještine	Naučiti koristiti različite alate kao što su digitalne kamere, skeneri, mikrofoni i softver za poboljšanje multimedije
Prezentacijske vještine	Odlučivanje kako najbolje predstaviti priču publici
Vještine intervjuiranja	Pronalaženje resursa za intervju i određivanje pitanja koja treba postaviti
Interpersonalne vještine	Rad unutar grupe i određivanje individualnih putova za članove grupe
Vještine rješavanja problema	Naučiti donositi odluke i prevladavati prepreke u svim fazama projekta od početka do kraja
Vještine evaluacije	znati kritizirati svoj i tuđi rad

Clark i Rositer (2008) navode da se iskustva učenika odražavaju u njihovom stvaranju kada su učenici kreatori svoje kreacije. Učimo kroz stvaranje naših priča. Na taj način možemo "osmisliti svoje iskustvo". To je zato što se stvaranje DST-a temelji na postojanju odgovarajućeg okruženja za učenje. Pedagoški pristup DST-a također ima elemente

biheviorizma jer se obrasci ponašanja temelje na motivaciji za učenje i postojanju odgovarajućeg okruženja za učenje. Osim toga, modeli "Discovery Learning" koji predstavljaju važnost učenja kroz akciju kako bi se preuređio i transformirao objekt učenja povezani su sa stvaranjem DST-a (Bruner, 1961.). Stoga je DST izvrstan alat za učenje koji poboljšava motivaciju za učenje i poboljšava suradnju. Učenici mogu razvijati svoju kreativnost kroz izradu digitalnih priča (Ohler, 2008.). Nadalje, DST je prikladan pedagoški pristup za pokretanje razvoja dodatnih vještina kao što su istraživačke vještine, kroz proces prikupljanja i analize informacija, vještine pisanja kroz izradu skripte, organizacijske vještine kroz potrebe upravljanja projektom. Vještine rješavanja problema, prezentacije i procjene također se mogu poboljšati (Robin, 2011.). Posljednje, ali ne i najmanje važno, kreatori Digitalnih priča razvijaju tehnološke vještine korištenjem odgovarajućih alata. U zaključku, dok ljudi stvaraju priče, oni mogu izgraditi novo znanje kroz interakciju između njih i predmeta učenja. Sve gore navedeno podupire našu hipotezu da konstrukcija digitalnih priča može biti pospješujući čimbenik učenja u obrazovanju odraslih (Knowles, 1980)

1) Istraživanja o digitalnom pripovijedanju i obrazovanju odraslih

Kallinikou i Nicolaïdou (2019.) ispitali su odnos između angažmana odraslih u digitalnom pripovijedanju (koje su postavljene interaktivnim okruženjem za učenje) i njihovih govornih vještina i motivacije prilikom učenja stranog jezika. Proučavaju s dvije skupine po 20 Rusa koji su bili početnici u učenju grčkog kao stranog jezika ($n = 40$), jedna skupina je bila kontrolna, a druga eksperimentalna. Analiza rezultata pokazala je statistički značajan porast motivacije samo eksperimentalne skupine. Nalazi ukazuju na to da digitalno pripovijedanje, uz skele interaktivnog okruženja za učenje, podržava razvoj govornih vještina odraslih na stranom jeziku i povećava njihovu motivaciju.

Studija Karanasioua i drugih (2021.) pokušaj je ispitati utjecaj metode u obrazovanju odraslih, pod uvjetom da su učenici kreatori digitalnih priča. Osim toga, sadašnje istraživanje je pokušaj da se ispita odnos između radne memorije učenika i utjecaja DST-a na njihovu izvedbu učenja. Istraživanje je provedeno u javnom zavodu za strukovno osposobljavanje. Nalazi su otkrili da je DST učinkovit alat za učenje u obrazovanju odraslih koji može poboljšati učinak učenika. Osim toga, nalazi sugeriraju da je metoda učinkovitija kod učenika koji imaju višu stopu radne memorije od ostalih.

Prinsov (2016.) članak analizira sat DST-a u ruralnoj Irskoj, koji je organiziran programom obiteljskog opismenjavanja i ponuđen roditeljima u osnovnoj školi. Izvori podataka uključivali su terenske bilješke, intervjuje i digitalne priče roditelja koji su završili razred ($n = 3$). Janksov model međuovisnosti kritičke pismenosti koristi se za analizu kako je razred uključio moć, pristup, raznolikost i dizajn. Razred se nije bavio kritikom ideologije niti analizirao podrijetlo ili posljedice dominantnih tehnologija, jezika i pismenosti (tj. istraživala moć kao dominaciju).

Međutim, razred je omogućio pristup tehnološkim znanjima i vještinama; afirmirati različita znanja, jezike, životna iskustva i identitet roditelja; i opremiti sudionike da osmisle i šire svoje digitalne priče.

Hewson i drugi (2015.) omogućili su petodnevni tečaj digitalnog pripovijedanja koji je bio ponuđen studentima socijalnog rada, integrirajući trodnevnu radionicu sa starijim odraslim pripovjedačima koji su dijelili priče povezane s tematskim pričama o domu. Provedena je evaluacija tečaja koja istražuje iskustvo digitalnog pripovijedanja i učenje u međugeneracijskom okruženju. Rezultati anketa podijeljenih na kraju tečaja studentima i pripovjedačima otkrili su da je poboljšano znanje i interes studenata za digitalno pripovijedanje i njegovu primjenu. Ovaj inovativni tečaj poboljšao je iskustva učenika u učenju, zaslužujući razmatranje uključivanja mogućnosti međugeneracijskog učenja i digitalnog pripovijedanja u buduće socijalne usluge i tečajeve povezane sa starenjem kako bi se studenti bolje pripremili za gerontološke prakse.

Sljedeće istraživanje pripada medicinskom području (Wieland i sur., 2017.); međutim, prilično je zanimljivo jer je korištena tehnika digitalnog pripovijedanja. Svrha ovog pilot projekta izvedivosti bila je ispitati potencijalnu učinkovitost intervencije digitalnog pripovijedanja osmišljene kroz pristup participativnog istraživanja u zajednici (CBPR) za imigrante i izbjeglice s dijabetesom mellitusom tipa 2 (T2DM). Intervencija je bila 12-minutni kulturološki i jezično skrojen video koji se sastojao od uvoda, 4 priče i završne edukativne poruke. Korišten je strukturirani intervju za procjenu prihvatljivosti, razine interesa i korisnosti intervencije među 25 sudionika s T2DM (15 Latinoamerikanaca, 10 iz Somalije) u 5 kliničkih mjesta primarne zdravstvene zaštite. Nakon gledanja videa, Sudionici su ocijenili svoje samopouzdanje i motivaciju za upravljanje T2DM-om kao rezultat intervencije. Početne vrijednosti A1C i vrijednosti praćenja (do 6 mjeseci) su izvučene iz medicinske dokumentacije. Svi sudionici su izjavili da je intervencija privukla njihovu pozornost, bila je zanimljiva i korisna; 96% je izjavilo da su bili sigurniji u upravljanje svojim T2DM nego prije nego što su pogledali video, a 92% je izjavilo da ih je video motivirao da promijene specifično ponašanje vezano uz samoupravljanje T2DM. Implementacija intervencije digitalnog pripovijedanja za T2DM među useljeničkim populacijama u sredinama primarne zdravstvene zaštite je izvediva i rezultirala je samoprocjenjom poboljšanja psihosocijalnih konstrukata koji su povezani sa zdravim ponašanjem samokontrole T2DM, a postojali su i neki dokazi o poboljšanju kontrole glikemije.

Şahin-Konaşova (2021) istraživanje magistarskog rada s ciljem otkrivanja kompetencije digitalnog roditeljstva i podizanja svijesti ispitivanjem učinaka aktivnosti digitalne priče na digitalno roditeljstvo na digitalne roditeljske stavove roditelja. Studijsku skupinu istraživanja čini 40 roditelja koji žive u gradu Zapadnog Crnog mora različitim sociodemografskim obilježja i čija se djeca obrazuju u osnovnoj i srednjoj školi u Znanstveno-umjetničkom centru. Digitalni

roditeljski stavovi roditelja u eksperimentalnoj skupini povećali su se nakon procesa s aktivnostima digitalne priče. Prema rezultatima ovog istraživanja, nastavne aktivnosti koje se temelje na dizajnu, poput razvoja priče, pridonose razvoju svijesti roditelja o digitalnom roditeljstvu.

Reference

- Alexander, B. i Levine, A. (2008) Web 2.0 pripovijedanje. Pojava novog žanra. Revija EduCAUSE, 43, 40-56.
- Alismail, HA (2015). Integrirajte digitalno pripovijedanje u obrazovanje. Časopis za obrazovanje i praksi, 6(9), 126-129.
- Arslan, PY (2013). Priprema i korištenje digitalne priče u obrazovne svrhe: primjer aplikacije za znanstveno obrazovanje temeljenu na tpacku. Yelken, TY, Tokmak, HS, Özgelen, S., İncikabı, L. (urednici), Nastavni dizajn na temelju tehnološkog pedagoškog sadržaja znanja u prirodoslovnom i matematičkom obrazovanju, 105-128, Anı Publishing, Ankara.
- Procjena i poučavanje vještina 21. stoljeća. (2012). Koje su vještine 21. stoljeća? Melbourne, Australija: Autor
- Baki, Y. (2015). Utjecaj digitalnih priča na proces pisanja učenika šestog razreda. Magistarski rad. Sveučilište Ataturk.
- Benmayor, R. (2008). Digitalno pripovijedanje kao prepoznatljiva pedagogija za nove humanističke znanosti. Umjetnost i humanističke znanosti u visokom obrazovanju 7(2), 188-204.
- Berk, RA (2009). Strategije podučavanja za neto generaciju. Transformativni dijalozi: časopis za podučavanje i učenje, 3(2), 1-23

Bilić, S. (2021). Utjecaj dig.talne priče na akademska postignuća, sklonosti kritičkog mišljenja, suradničku organizaciju i vještine postavljanja priča srednjoškolaca. Doktorska teza. Atatürk Üniversitesi.

Boase, K. (2008). Digitalno pripovijedanje za razmišljanje i angažman: studija upotrebe i potencijala digitalnog pripovijedanja. Preuzeto 12. veljače 2022. s <http://resources.glos.ac.uk/tli/lets/projects/pathfinder/index.cfm>.

Brener, K. (2014). Digitalne priče: komunikacijski alat 21. stoljeća za učionicu engleskog jezika. Forum za podučavanje engleskog jezika, 1, 22-29.

Bruner, J. (1987). Život kao narativ. Društvena istraživanja, 54(1), 11-32

Bruner, JS (1961). Čin otkrića. Harvard Educational Review, 31, 21-32

Bull, G. & Kajder, S. (2004). Digitalno pripovijedanje u učionici jezične umjetnosti. *Učenje i vodstvo uz tehnologiju*, 32(4), 46-49

Chung, SK (2006). Digitalno pripovijedanje u integriranom umjetničkom obrazovanju. *The International Journal of Arts Education*, 4(1), 33-50

Clark, MC & Rossiter, M. "Narativno učenje u odrasloj dobi". U SB Merriam (ur.), *Third Update on Adult Learning Theory. Novi smjerovi za obrazovanje odraslih i kontinuirano obrazovanje*, br. 119. San Francisco: Jossey-Bass.

Demirer, V. (2013). Upotreba i učinci e-priče u osnovnom obrazovanju. Magistarski rad. Sveučilište Necmettin Erbakan.

Dreon, O., Kerper, RM & Landis, H. (2011). Digitalno pripovijedanje: Alat za podučavanje i učenje u Youtube generaciji. *Srednjoškolski časopis*, 42(5), 4-9.

Esther Prins. (2017) Digitalno pripovijedanje u osnovnom obrazovanju odraslih i programiranju pismenosti. *Novi smjerovi za obrazovanje odraslih i kontinuirano obrazovanje*, 154, 29-38

Fletcher, C. i Cambre, C. (2009). Digitalno pripovijedanje i implicirana stipendija u učionici. *Journal of Canadian Studies*, 43(1), 109-130.

Foley, LM (2013). Digitalno pripovijedanje u učionicama osnovnih razreda (neobjavljena doktorska disertacija), Državno sveučilište Arizona.

Göçen, G. (2014). Učinak metode digitalnog pripovijedanja na akademski uspjeh studenata te strategije učenja i studiranja. Magisterij. Sveučilište Muğla.

Gregori-Signes, C. (2008). Integracija starog i novog: Digitalno pripovijedanje u učionici EFL jezika. *Revista Para Profesores de Inglés*, 16(1), 43-49.

Grisham, T. (2006). Metafora, poezija, pripovijedanje i međukulturno vodstvo. [Znanstveni rad]. Odluka uprave, 44(4), 486-503

Halifeoğlu, Ö. H (2018). Novi način pričanja priča: Digitalno pripovijedanje za korporativne startupe. Magisterij. Sveučilište Bahçeşehir.

Heo, M. (2009.). Digitalno pripovijedanje: empirijska studija utjecaja digitalnog pripovijedanja na samoučinkovitost i sklonost prema obrazovnoj tehnologiji nastavnika. Obrazovna multimedija i hipermedija, 18(4), 405-428.

Hewson, J., Danbrook, C., Sieppert, J. (2015). Uključivanje učenika poslije srednje škole i starijih osoba u međugeneracijski tečaj digitalnog pripovijedanja. Suvremena pitanja istraživanja obrazovanja, 8(2), 135-142

Hull, G. i Katz, ML (2006). Izrada agentivnog sebe: studije slučaja u digitalnom pripovijedanju. Istraživanja u nastavi engleskog jezika, 41, 43-81.

Jakes, DS i Brennan, J. (2005). Snimanje priča, snimanje života: Uvod u digitalno pripovijedanje. Preuzeto 16. siječnja 2011.

Kajder, S., & Swenson, JA (2004). Digitalne slike u učionici jezične umjetnosti. U nastavnom planu i programu: Jezična umjetnost. Učenje i vodstvo uz tehnologiju, 31(8)

Kallinikou, E., & Nicolaidou, I. (2019) Digitalno pripovijedanje za poboljšanje govornih vještina odraslih u učenju stranih jezika: studija slučaja. Multimodalne tehnologije i interakcija, 3(3).

Karakoyun, F. (2014). Ispitivanje mišljenja učitelja i učenika osnovnih škola o aktivnostima digitalnog pripovijedanja stvorenim u online okruženju. Magisterij. sveučilište Anadolu,

Karanasiou, K., Drosos, C., Tseles, D., Piromalis, D., & Tsotsolas, N. (2021). Digitalno pripovijedanje kao nastavni način u obrazovanju odraslih, korelacija između njegove učinkovitosti i radne memorije. European Journal of Education Studies, 8(12), 288-298.

Kieler, L. (2010). Razmišljanje: pokušaji u učinkovitom korištenju digitalnog pripovijedanja s darovitim. Darovito dijete danas, 33(3), 48-52.

Knowles, MS (1980). Suvremena praksa obrazovanja odraslih. New York: Cambridge,

Lambert, J. (2006). Digitalno pripovijedanje: Snimanje života, stvaranje zajednice (2. izd.). Berkely, CA: Digital Diner Press.

Lambert, J. (2013). Digitalno pripovijedanje: snimanje života, stvaranje zajednice. (4. izdanje). Routledge, New York.

Lambert, J., (2010). Digitalna kuharica za pripovijedanje (3. izdanje) [DX Reader verzija].

Lantz, JL, Myers, J. i Wilson, R. (2020). Digitalno pripovijedanje i mala djeca: transformacija učenja kreativnom upotrebom tehnologije. U Priručniku za istraživanje integracije digitalne tehnologije s pedagogijom pismenosti (str. 212-231). IGI Global.

Larson, LC & Miller, TM (2011.) Vještine 21. stoljeća: Pripremite studente za budućnost, Kappa Delta Pi Record, 47(3), 121-123,

Malita, L. i Martin, C. (2010). Digitalno pripovijedanje kao web putovnica za uspjeh u 21. stoljeću. Društvene i bihevioralne znanosti, 2(2), 3060-3064.

Miller, LC (2010). Napravite mi priču: podučavanje pisanja putem digitalnog pripovijedanja [DXReader verzija]. books.google.com

Ohler, J. (2008). Digitalno pripovijedanje u učionici: Novi medijski putevi do pismenosti, učenja i kreativnosti. Thousand Oaks, CA: Corwin Press

Ohler, J. (2008). Digitalno pripovijedanje u učionici: Novi medijski putevi do pismenosti, učenja i kreativnosti. Corwin Press, Thousand Oaks, CA.

Ohler, JB (2013). Digitalno pripovijedanje u učionici: Novi medijski putevi do pismenosti, učenja i kreativnosti (2. izd.). Corwin Press.

Prensky, M. (2001). Digitalni domoroci, digitalni imigranti. O Horizon MCB University Press, 9(5).

Prins, E. (2016). Digitalno pripovijedanje u obrazovanju odraslih i obiteljskoj pismenosti: studija slučaja iz ruralne Irske. Učenje, mediji i tehnologija, 42(3), 308-323.

Rance-Ronet, J. (2008). Digitalno pripovijedanje za učenje jezika i kulture. Osnovni učitelj, 5(1), 29–31

Riesland, E. (2005) Vizualna pismenost u učionici. Novi horizonti za učenje.<http://www.newhorizons.org/strategies/literacy/riesland.htm>(Preuzeto 17. listopada 2022.)

Robin, BB (2008) Digitalno pripovijedanje: Snažan tehnološki alat za učionicu 21. stoljeća, Theory Into Practice, 47(3), 220-228.

Robin, BR (2011). Obrazovna upotreba digitalnog pripovijedanja. Sveučilište u Houstonu.

Robin, BR (2016). Moć digitalnog pripovijedanja za podršku podučavanju i učenju. Pregled digitalnog obrazovanja,(30), 17-29.

Robin, BR, & McNeil, SG (2012). Što bi nastavnici trebali znati o podučavanju digitalnog pripovijedanja. Revija digitalnog obrazovanja, 37-51.

Rossiter, Marsha i Garcia, Penny A. (2010). „Digitalno pripovijedanje u obrazovanju odraslih: prema konceptualnom okviru“, Istraživačka konferencija o obrazovanju odraslih. <https://newprairiepress.org/aerc/2010/papers/67>

Saavedra, AR, i Opfer, VD (2012). Učenje vještina 21. stoljeća zahtijeva podučavanje 21. stoljeća. Phi Delta Kappan, 94 (2), 8–13.

Shelby-Caffey, C., Úbeda, E., & Jenkins, B. (2014). Ponovno digitalno pripovijedanje: Odgajateljsko korištenje inovativne prakse pismenosti. *Učitelj čitanja*, 68(3), 191–199.

Smeda, N., Dakich, E. & Sharda, N. (2014). Učinkovitost digitalnog pripovijedanja u učionicama: opsežna studija. *Pametno okruženje za učenje* 1(6)

Şahin-Konaş, Z. (2021). Ispitivanje učinaka razvoja digitalne priče na digitalno roditeljstvo i stav o korištenju tehnologije. Magisterij. Sveučilište Bartın.

Tenh, HK, Shiratuddin, N. i Harun, H. (2012). Ključni elementi digitalnog pripovijedanja iz perspektive stručnjaka. Konferencija: Međunarodna konferencija o upravljanju znanjem (KMICe). 10.13140/RG.2.1.4832.3043.

Tomczyk, L., Otelere, SS, Puentes, A., Sanches-Castillo, G., Munoz, D., Şimsek, B. Akyar, Ö. A. i Demirhan, G. (2019). Preokrenuto učenje, digitalno pripovijedanje kao nova rješenja u obrazovanju odraslih i školskoj pedagogiji. Konferencija: Zbornik radova 8. međunarodne konferencije o obrazovanju odraslih

Tsou, W., Wang, W. i Tzeng, Y. (2006). Primjena multimedejske web stranice za pripovijedanje u učenju stranih jezika. *Računalna i obrazovanje*, 47, 17-28.

Tucker, G. (2006). Prvo lice jednine: Moć digitalnog pripovijedanja. *Edukacija ekrana*, 42, 54–58

Wagner, T. (2008). Globalni jaz u postignućima: Zašto čak i naše najbolje škole ne podučavaju nove vještine preživljavanja koje su potrebne našoj djeci — i što možemo učiniti u vezi s tim. New York, NY: Osnovne knjige

Wang, S. i Zhan, H. (2010). Poboljšanje poučavanja i učenja pomoću digitalnog pripovijedanja. *Int. J. Inf. komun. Tehnologija. Odg.*, 6, 76-87 (prikaz, stručni).

Wieland, ML, Njeru, JW, Hanza, MM, Boehm, DH, Singh, D., Yawn, BP, Patten, C. ... i Sia, IG (2017). Pilot studija izvodljivosti digitalne intervencije pripovijedanja za odrasle imigrante i izbjeglice s dijabetesom. *The Diabetes Educator*, 43(4), 349–359.

Yavuz-Konokman, G. (2015). Učinak stvaranja digitalnih priča temeljenih na pristupu učenju temeljenom na istraživanju na otpornost kandidata za nastavnike i pristupe učenju. Magisterij. Sveučilište Mersin.

Yılmaz, R. & Ciğerci, FM (2018). Kratka povijest pripovijedanja. U knjizi: *Priručnik za istraživanje transmedijskog pripovijedanja i narativnih strategija*. IGI-Global

Yoon, T. (2013.). Jeste li digitalizirani? Načini pružanja motivacije za Ellsa pomoću digitalnog pripovijedanja. *International Journal of Research Studies in EducationalTechnology*, 2(1), 25-34.

Yuksel, P., Robin, B. & McNeil, S. (2011). Obrazovna upotreba digitalnog pripovijedanja diljem svijeta. U M. Koehler & P. Mishra (Urednici), *Proceedings of SITE 2011 –*



Međunarodna konferencija Društva za informacijsku tehnologiju i obrazovanje učitelja (str. 1264-1271).



Poglavlje 4

Više tehničkih detalja za materijale za digitalno

priporijedanje

Da biste poboljšali svoju digitalnu priču, važni su vaši tehnički izbori. U ovom četvrtom poglavlju raspravljat ćemo o ovim tehničkim detaljima za slike, audio i video koji će se koristiti u digitalnoj priči:

1. Kako poboljšati svoje fotografске vještine?
2. Programi za uređivanje fotografija
3. Kako napraviti snimku zaslona

4. Programi za aranžiranje videa
5. Dodavanje zvuka u video zapise

Kako poboljšati svoje fotografске vještine?

Fotografije su mnogo više od jednostavne fotografije. Snimaju posebne ili svakodnevne događaje i osjećaje i podsjećaju vas na njih svaki put kada pogledate sliku. Prelistajte stari album s fotografijama i odmah ćete se vratiti u prekrasne praznike, ugodne dane s priateljima i obitelji i druge posebne trenutke koje ste možda zaboravili. Slikanje ne traje dugo, a onda možete uživati godinama koje dolaze. Snimite nekoliko fotografija tijekom šetnje na otvorenom ili vožnje biciklom kako biste zauvijek zabilježili ljepotu prirode.

Kao digitalni pripovjedač, kamera je naravno vaš najbolji prijatelj. Osim za izradu pokretnih slika, možete koristiti i fotografije koje sami snimite. Ovo potpoglavlje pomoći će vam na putu da postanete još bolji fotograf uz nekoliko jednostavnih savjeta i trikova.

a) *Kako uslikati fotografiju sa svojim pametnim telefonom, korak po korak*

1) *Očistite leću*

Obrišite svu prljavštinu i otiske prstiju s leće prije nego počnete koristiti svoj mobilni telefon. Bez prašine na objektivu fotoaparata, snimit ćete mnogo oštije fotografije. Prvi korak u pravom smjeru.

2) *Dodirnite zaslon za fokusiranje slike*

Kamera vašeg telefona obično će se fokusirati na najbliži objekt, ali ponekad ćete se možda htjeti fokusirati na drugu točku. Dodirnite zaslon gdje želite fokusirati, a slika se automatski prilagođava.

3) *Nemojte zumirati digitalnim zumom*

Većina telefona ima digitalni zum, ali ga je najbolje ne koristiti za zumiranje. Oni samo povećavaju sliku umjesto stvarnog zumiranja objekta. To čini fotografiju zrnastom i to čini fotografiju mnogo manje lijepom. Odaberite da se sami približite objektu umjesto zumiranja.

4) *Držite telefon ravno*

Provjerite je li horizont na vašoj fotografiji uvijek ravan. Iskrivljena fotografija ponekad može imati lijep učinak, ali to učinite samo za fotografije koje nemaju horizont. Inače će fotografija biti previše nemirna.

5) *Pobrinite se da imate dobro osvjetljenje*

Svjetlo je vrlo važno ako želite napraviti dobre fotografije. Gotovo je nemoguće napraviti odlične fotografije mobitelom u mraku i možete zaboraviti na odlične fotografije u sivim zimskim danima. Stoga iskoristite sunčane, svijetle dane. Kad je sunce tek izašlo ujutro ili neposredno prije zalaska sunca, možete snimiti najbolje fotografije. Ako fotografirate u zatvorenom prostoru, važno je fotografirati sa svjetлом u leđima. To daje najbolji učinak. Ako ste vani, ponekad može biti lijepo slikati se dok gledate u sunce. Samo eksperimentirajte s tim.

6) Upoznajte funkcije svoje kamere

Neki telefoni imaju posebne funkcije sa svojim kamerama. Na primjer, neki telefoni omogućuju podešavanje balansa bijele boje kamere. Istražite sve značajke svoje kamere tražeći informacije na internetu, čitajući priručnik ili jednostavno isprobavajući neke. Nakon što znate sve značajke, puno je lakše postići sjajne rezultate.

7) Isključite bljeskalicu

Ako želite snimiti lijepu sliku, bolje je isključiti bljeskalicu fotoaparata. Fotografije u mraku ne ispadaju tako svijetle, čak ni kada koristite bljeskalicu. Radije fotografirajte u svjetlom okruženju tijekom dana bez bljeskalice.

8) Koristite aplikaciju za uređivanje fotografija

(VSCO kamera, instagram, afterlight)

Eksperimentirajte s različitim aplikacijama za uređivanje fotografija. Besplatne aplikacije kao što su VSCO cam, Instagram i Afterlight savršene su za igranje. Isprobajte različite efekte i učinite svoje fotografije još ljepšima nego što su već bile.

9) Držite telefon mirno

Čini se tako jednostavno, ali mnoge su fotografije uništene tresenjem. Pokušajte držati telefon što mirnije dok snimate sliku. Držite telefon s dvije ruke i držite ruke uz tijelo. Na ovaj način možete držati telefon mirno.

10) Vježbate, vježbate, vježbate

Najvažniji savjet je nastaviti vježbati. Uostalom, to je način da postanete dobri u nečemu. Fotografirajte tijekom šetnje i vožnje biciklom, snimite sve u svojoj kući, fotografirajte svoju obitelj i prijatelje i tako dalje.

b) Kompozicije na vašoj fotografiji

Dobar sastav ne mora biti težak. Za većinu fotografija kompozicija je daleko važnija od tehnike koja stoji iza nje. Koju god postavku upotrijebili (ostavite kameru uključenom ako je potrebno), prava kompozicija učinit će vašu fotografiju zanimljivijom.

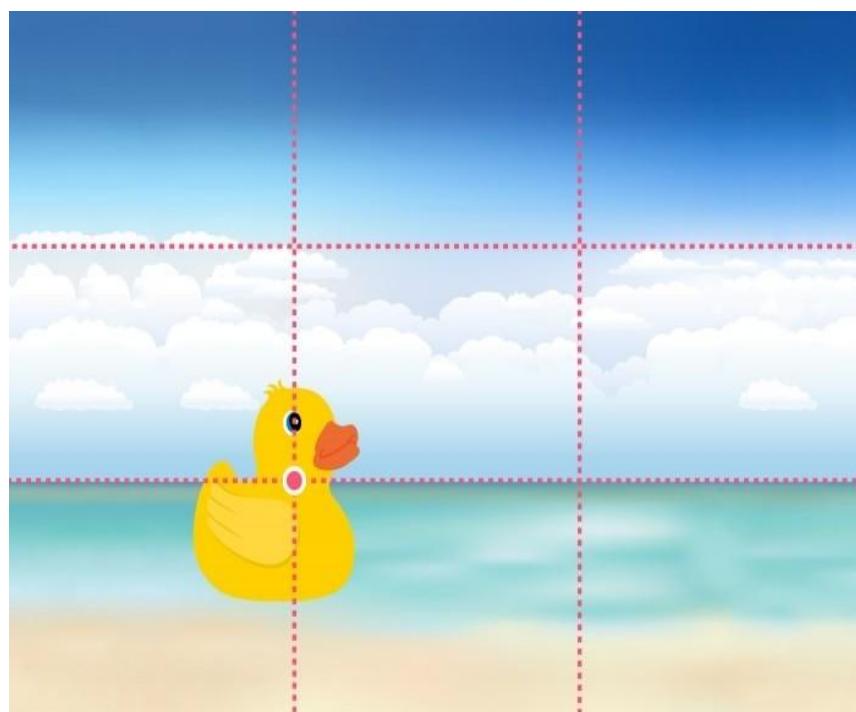
Kompozicija je način na koji birate sliku. Zvuči komplikiranije nego što jest. Samo pogledajte kroz tražilo svoje kamere (ili na zaslon) i provjerite je li ono što vidite ugodno oku. To možete učiniti obraćajući pažnju na jednostavne stvari.

Na primjer, nemojte postavljati predmet u sredinu kadra. Obratite pažnju na pozadinu; pobrinite se da nema drveća, ljudi ili drugih uznenimirujućih elemenata koji 'strše' iz vašeg objekta.

Još jedan koristan savjet je zadržati istu visinu kao i predmet. Ovo je važno pravilo ako fotografirate djecu ili kućne ljubimce. Lezite na zemlju i vaša će fotografija biti puno bolja. Zaista nije tako komplikirano kako izgleda.

Pravilo trećine

također je korisno polazište za uspješnu kompoziciju. Podijelite sliku vodoravno i okomito na tri područja (dvije linije). Kada stvarate svoju kompoziciju, pobrinite se da vaš objekt sleti na sjecište ovih linija.



Važno je znati da često možete uvelike poboljšati kompoziciju fotografije pomicanjem kamere za samo nekoliko centimetara. Pa probaj ovo; pomaknite se malo naprijed-natrag i pogledajte kako vaše kretanje utječe na pozadinu.⁵

Oh, i pravila su tu da se krše. Uvijek možete odstupiti od pravila, to često može rezultirati posebnim fotografijama! Eksperimentirajte!

Točka gledišta

Točka gledišta vaše fotografije je nešto o čemu ne razmišljate uvijek, ali ima ogroman utjecaj na konačni rezultat. Često smo u iskušenju da se fotografiramo stoeći, ali na kraju dobijete iste takve fotografije. Kako to možete izbjegići? Jednostavno ćemo vam objasniti kakav učinak na vaše fotografije može imati različita vaša gledišta.

c) Što točno znaće gledište i perspektiva?

Točka gledišta vaše fotografije jednostavno znači 'mjesto s kojeg je fotografija snimljena'. Dakle, radi se o fizičkom položaju s kojeg je fotografija snimljena. Odabrana točka gledišta fotografije može puno reći o vama kao fotografu. Odražava kako vidite određenu situaciju i kako to želite odraziti na svojim slikama. Nemojte brkati pojam "gledište" s pojmom "perspektiva". Pod perspektivom podrazumijevamo stupanj dubine na fotografiji, koji naglašava određene vizualne elemente. Odabrana perspektiva vodi gledatelje kroz sliku prema glavnoj temi. Pojmovi se međusobno ne razlikuju mnogo i zapravo su produžetak jedan drugog. Oba pojma odražavaju kako vi kao fotograf gledate na svijet i kako se želite istaknuti na svojim fotografijama. Točka gledišta na vašoj fotografiji glavna je odrednica atmosfere na vašim slikama. Različito gledište za istu temu može stvoriti potpuno drugačiju atmosferu.

Foto: MaxterBurg.



⁵<https://www.photofacts.nl/fotografie/rubriek/tips>

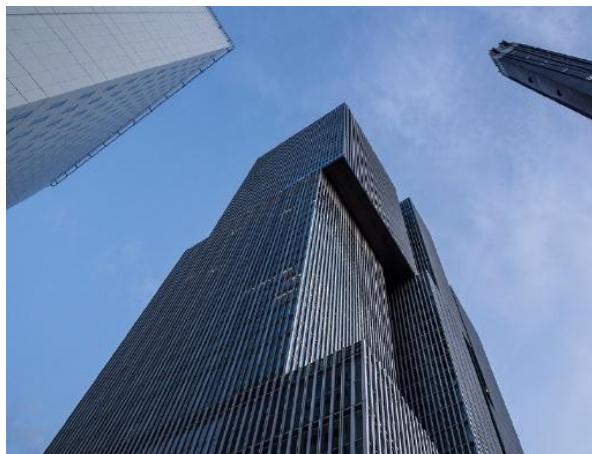


Erasmus+

Žablja perspektiva vs ptičja perspektiva

Dvije perspektive koje se često koriste u fotografiji su žablja perspektiva i ptičja perspektiva. Ove perspektive možete vidjeti kao suprotne jedne druge, jer zapravo stvaraju suprotne slike.

Kad nešto fotografiramo odozdo, zovemo to žablja perspektiva, jer s ove točke gledišta svijet vidite, takoreći, iz žabljeg stajališta. Fotografiranjem nečega odozdo možete učiniti sliku snažnijom, većom i dojmljivijom. Kad fotografirate iz žabljeg stajališta, kao da gledate u svoj predmet. Horizont na vašoj fotografiji bit će prilično nizak u ovoj točki gledanja ili, u ekstremnom slučaju, čak i ispod vaše fotografije, tako da se ne vidi horizont. Ovu perspektivu često ćete pronaći u pejzažnoj i arhitektonskoj fotografiji. U pejzažnoj fotografiji vrlo dobro funkcioniра kada želite povećati mali subjekt u prvom planu. Također dobro funkcioniira s arhitektonskom fotografijom, kada želite da zgrade izgledaju još veće i impresivnije.



Fotografija: ronab.



Fotografija: renewolf.

Ova perspektiva nije korisna samo za pejzažnu i arhitektonsku fotografiju, već može imati i izvrstan učinak na portrete ili fotografije životinja. Kada pogledate fotografije velikih vođa u prošlosti, često su bile prikazane s niske točke gledišta. To je zato što nisko stajalište ima učinak autoriteta, dominacije i vodstva. U slučaju životinja, ova perspektiva ima posebno smješan učinak, jer je njuška vaše životinje često velika na slici, zbog čega se čini kao da vam vaša životinja izlazi iz slike.

Suprotnost žablje perspektivi je ptičja perspektiva. Zove se ptičja perspektiva jer svijet vidite s gledišta ptice na nebu. Kao fotograf, sada gledate s visine na svoju temu. Ako želite na svojoj fotografiji prenijeti jasnoću, prostranstvo i osjećaj slobode, ova je perspektiva prikladan izbor.



Fotografija: mycreativity.

Kao fotograf, sada gledate s visine na svoju temu. Ako želite na svojoj fotografiji prenijeti jasnoću, prostranost i osjećaj slobode, ova je perspektiva prikladan izbor. Pogled iz ptičje perspektive ima otuđen, ali lijep učinak na fotografije. Ne vidimo svijet često s ove točke gledišta, pa može proizvesti neke izvanredne slike. S ovom visokom točkom gledanja, vaš će horizont biti na vrhu vaše fotografije ili, u ekstremnom slučaju, potpuno iznad nje. Vaši subjekti će se činiti manjim nego što stvarno jesu s ovim gledištem, za razliku od žablje perspektive zbog koje se sve čini većim. Ono što se često misli o pogledu iz ptičje perspektive jest da uvijek trebate fotografirati s visokog položaja. Međutim, to nije slučaj. Isti efekt dobivate ako stojite uspravno i fotografirate npr. malo cvijeće pred nogama. Ako je subjekt takve veličine da ga možete fotografirati odozgo dok samo стоји na tlu, onda je i to pokriveno ptičjom perspektivom. Ova se perspektiva često koristi u pejzažnoj i reportažnoj fotografiji.

Želite poboljšati pogled iz ptičje perspektive? Pokušajte usmjeriti kameru okomito prema dolje. Učinite to, na primjer, iz balona na vrući zrak, s mosta ili s visokog balkona. To stvara ravnu i nestvarnu sliku svijeta. Također možete postaviti kameru na stativ i koristiti daljinski upravljač. To vam omogućuje da fotoaparat nagnete okomito i ne morate visjeti daleko od ruba. Zgodno je i kada želite snimati preko gomile ili ograde. Želite li poboljšati učinak? Dodajte sjene ili elementarne oblike poput krugova, kvadrata ili trokuta istaknuto na svoje fotografije. Ako želite koristiti pogled iz ptičje perspektive na manje ekstreman način, stanite na visok vrh dine ili brdo ili se popnite na drvo kako biste stvorili prostorniji efekt na svojim fotografijama.



Foto: Pdreuning

Razina oka

Kada ste na istoj visini kao i subjekt koji fotografirate, snimate u visini očiju. Ova perspektiva je između perspektive žabe i perspektive ptica. Ako želite to učiniti dobro, morate biti sigurni da su svi subjekti iznad razine očiju iznad horizonta, a sve ispod razine očiju ispod horizonta. Vidjet ćete da je horizont prilično središnji na ovim fotografijama. Ova perspektiva se najčešće vidi u pejzažnoj fotografiji, ali također može biti vrlo lijepa na portretima i fotografiji životinja. Ova točka gledišta daje uključen, topao i intiman učinak, čineći da se čini kao da ste stvarno povezani s subjektom na fotografiji. Vaše portretne fotografije ljudi ili kućnih ljubimaca mogu biti razočaravajuće ako koristite previsoko ili prenisko gledište. Pokušajte snimati iz razine očiju.



Foto: patrickbrinksma.

Izbor opreme

Osim različitih gledišta, vaš izbor opreme također može povećati učinak perspektive. Na primjer, napravite svjesni izbor u objektivu koji koristite. 'Standardna leća' od 50 mm prilično se dobro približava vidnom polju ljudskog oka. Novinski fotografi često koriste ove objektive, jer oni više zanimaju gledatelje s vijestima. Širokokutna leća, s druge strane, širi vidno polje. Povećava prostor i prostranost vaših slika, a vaš subjekt je izobličen ili smanjen na vašoj fotografiji. Ovdje možete vidjeti jasnu razliku između širokokutnog objektiva i 'normalnog' kit objektiva. Korištenje tele foto objektiva znači zumiranje stvarnosti. S teleobjektivom sužavate stvarnost i fokusirate se na određeni element u velikoj slici. To vam omogućuje da istaknete određeni predmet na fotografiji i učinite ga istaknutijim. Vaš izbor objektiva stoga može još više poboljšati perspektivu žabe ili ptice. Želite li više pregleda i prostora na svojim fotografijama? Koristite širokokutni objektiv. Želite stvoriti intimnu sliku? Zatim upotrijebite kratki teleobjektiv da biste se približili objektu.



Foto: EdwinMooijaart.

Naravno, ne postoje pravila za korištenje određenih pozicija ili opreme. Eksperimentirajte s onim što vam najbolje odgovara i usudite se raditi s različitim gledištima. Stoga isprobajte efekt portreta snimljenog širokokutnim objektivom i kako golemi krajolik izgleda kroz telefoto objektiv. Različite točke gledišta na vašim fotografijama mogu proizvesti iznenađujuće slike, zbog čega ćete se istaknuti na fotografiji. Stoga se nemojte bojati isprobati nešto novo, to će vas samo učiniti boljim!

Programi za uređivanje fotografija

Dobra fotografija može biti još bolja s postupkom uređivanja. Često još uvijek ima puno prostora za poboljšanje fotografije, iako se na prvi pogled može činiti savršenom. Razmislite, na primjer, na rasvjetu, crvene oči, neželjene detalje itd. Uređivanje fotografije u prekrasan krajnji proizvod je talent sam po sebi i često se preskače.

Međutim, uz korištenje besplatnog programa za uređivanje fotografija, ovo je prava stvar i u trenu ćete svoju fotografiju podići na višu razinu. Bilo da ste početnik ili napredni fotograf, uređivanje vaše fotografije na mreži nikada nije bilo lakše. Prije nego što shvatite, bit ćete profesionalac i izgraditi vlastitu web stranicu za fotografije. Evo 5 primjera:

a) *Adobe Photoshop Express*



Najbolje za: mobilno uređivanje fotografija.

Adobe Photoshop Express jednostavan je način za uređivanje fotografija na telefonu, tabletu ili računalu. Ovaj besplatni program za uređivanje fotografija namijenjen je početnicima ili osobama koje traže kvalitetan softver za brzo uređivanje.

Aplikacija je vrlo pristupačna i nudi mnogo opcija. Prisutna je većina standardnih alata za uređivanje fotografija. Možete poboljšati kontrast i svjetlinu, rotirati fotografije, dodati perspektivu i dodati sve vrste efekata. Želite kasnije prilagoditi fotografiju? U bilo kojem trenutku možete poništiti sve prilagodbe napravljene u Adobe Photoshop Expressu. Express verzija Adobeovog softvera za uređivanje fotografija također uključuje kategoriju 'ukrasi'. To vam omogućuje dodavanje teksta i stvaranje prilagođljivih kolaža.

Adobe Photoshop Express je stoga idealan za ljudе koji traže jednostavnu aplikaciju za uređivanje fotografija. Ako tražite profesionalniji softver kao što je Photoshop na mreži, trebali biste tražiti dalje.

Prednosti Adobe Photoshop Expressa:

Napredni filteri, minimalističko sučelje, profesionalni rezultati.

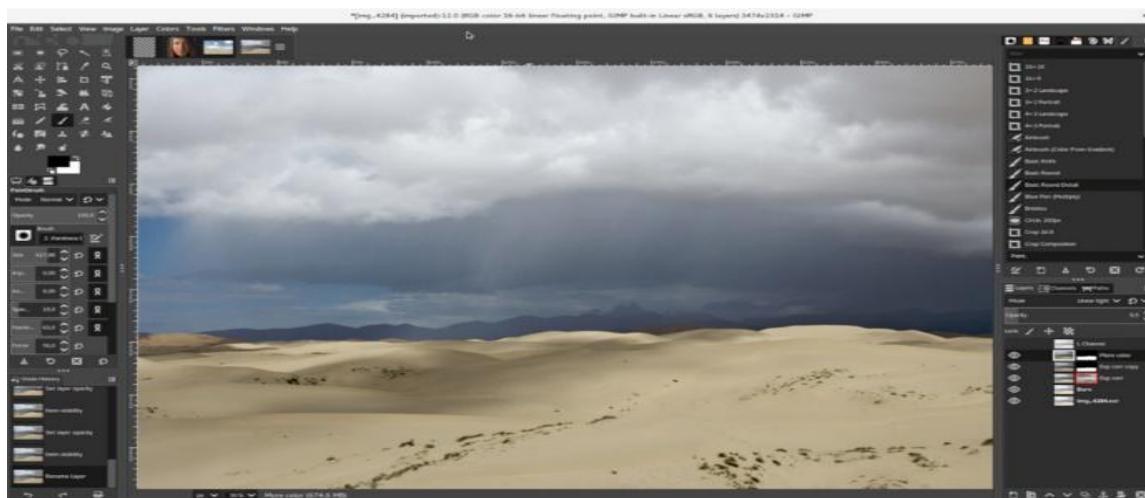
Nedostaci Adobe Photoshop Expressa:

Može se ispisati samo kao JPG, radi na Flashu, ograničeni alati.

Koristi se sa:

Web i mobilni (iOS, Android, Windows).

b) **GIMP**



Najbolje za: Napredne korisnike.

GIMP se često smatra najboljim dostupnim besplatnim programom za uređivanje fotografija. Softver sadrži širok raspon alata, od osnovnih radnji do profesionalnih funkcija. Iako je najprikladniji za napredne korisnike, može biti vrlo koristan i za početnike. To uključuje alate za odabir i uređivanje, izrezivanje, podešavanje boja i automatsko poboljšanje slike. Iskusniji korisnici će uživati u alatima kao što su promjena veličine, zamjena lica, animirani gifovi, maske slojeva i krivulje.

Uz sve ove opsežne značajke, GIMP je dobra besplatna alternativa za, na primjer, Photoshop online. Nadalje, sučelje je potpuno prilagodljivo i postoje brojni dodaci koji se mogu besplatno dodati. Započnite potragu za savršenim besplatnim programom za uređivanje fotografija gledajući ove primjere portfelja profesionalnih fotografija za potrebnu inspiraciju.

Prednosti GIMP-a:

Profesionalni alati i značajke, program je otvorenog koda, podrška za programere.

Nedostaci GIMP-a:

Strma krivulja učenja, bez mobilne verzije, pretrpano sučelje.

Koristi se sa:

Samo stolna računala (Linux, OS X, Windows).

c) *Paint.NET*



Najbolje za: početnike i ograničene uređaje.

Paint.NET je napravio američki student kao zamjenu za Microsoft Paint. Ovo je trebalo upoznati ljudе s jednostavnim besplatnim programom za uređivanje fotografija s visokim rezultatima.

Program ima jasno sučelje i savršen je za početnike, koji ne žele trošiti puno vremena na otkrivanje kako sve funkcioniра. Osim toga, Paint.NET je jednostavan za korištenje na manje moćnim uređajima. Ipak, nudi brojne alate za uređivanje fotografija, kao što su svjetlina, kontrast, nijansa, krivulje, razine, slojevi, gradijenti i neograničeno poništavanje. Osim toga,

možete pristupiti naprednjim značajkama. Razmislite o alatu za 3D rotaciju/zumiranje za ponovno komponiranje slika. Stoga je uređivanje fotografije na mreži jednostavno s Paint.Netom.

Prednosti Paint.Net-a:

Intuitivno sučelje, idealno za spore uređaje, potpuni pristup povijesti.

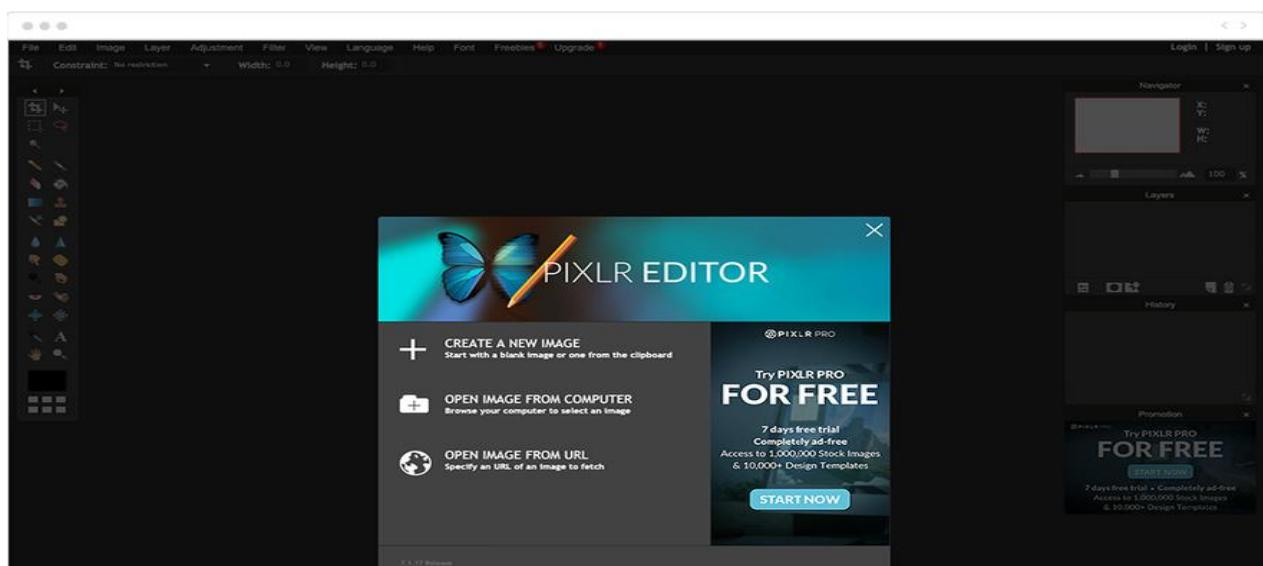
Nedostaci Paint.Neta:

Ograničeni alati, manje moćni od drugih alternativa, bez naprednih značajki.

Koristi se sa:

Samo računala (Windows).

d) *Pixlr uređivač*



Najbolje za: Online uređivanje fotografija na profesionalnoj razini.

Pixlr Editor je vrlo popularan kao besplatni program za uređivanje fotografija i to ne bez razloga. Mnoge mogućnosti počinju u trenutku kada otvorite sliku. Uz Pixlr Editor možete otvoriti sliku sa svog uređaja, s URL-a ili čak izravno s Facebooka. To vam omogućuje uređivanje postojećih fotografija/fotografija za nove svrhe čak i kada ne fotografirate.

Sučelje ovog softvera slično je Adobeovom programu i ima mnogo profesionalnih značajki. Ekspozicija, razine, automatski alati za poboljšanje, napredni birači boja, prilagodljivi kistovi, slojevi i maske; tamo ćeće sve pronaći. Nedostatak Pixlr Editor-a je taj što zahtijeva Flash; dodatak koji će Adobe uskoro prestati podržavati. Pixlr je stoga razvio plaćenu verziju s naprednim alatima za uređivanje. Ako ne želite platiti, možete odabratit Pixlr X (opisano u nastavku).

Prednosti Pixlr Editora:

Moćne značajke, ne zahtijevaju preuzimanja, brojne mogućnosti prijenosa.

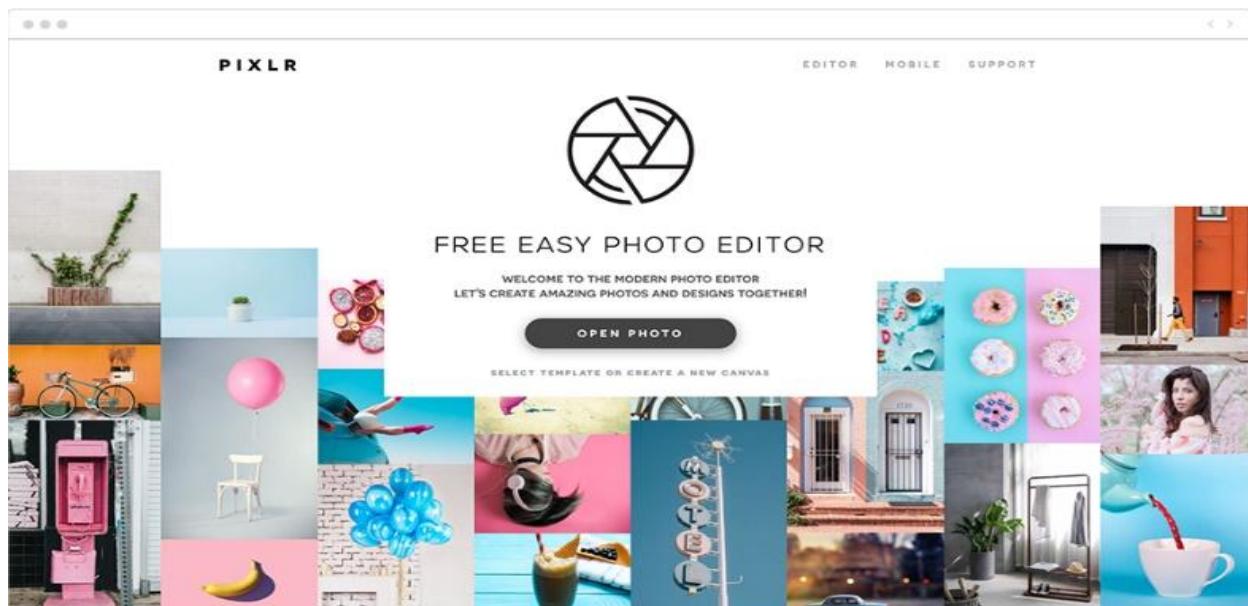
Nedostaci Pixl Editora:

Nema opcija skupnog uređivanja, prikazuje oglase, potreban je Flash.

Koristi se sa:

Web i mobilni (iOS, Android)

e) ***Pixlr X***



Najbolje za: brzo online uređivanje.

Kao što možete pročitati gore, ovaj softver je razvijen kao nasljednik Pixlr Editor-a. Prešao je s Flash platforme na HTML platformu. Program za uređivanje fotografija ima isti dizajn kao i njegov prethodnik i fokusira se na alate koji zadovoljavaju sve vaše osnovne potrebe za uređivanjem. Između ostalog, Pixlr X vam omogućuje uređivanje, izrezivanje i promjenu veličine boja. Također vam omogućuje uklanjanje neželjenih elemenata i podešavanje balansa bijele boje. Nadalje, možete podići svoju portretnu fotografiju na sljedeću razinu s dodatnim alatima.

Općenito, Pixlr X je dobar program za početnike i neprofesionalne fotografije. Oni koji traže naprednije alate, bolje da ostanu s Pixlr Editorom dok se Pixlr X ne razvije s ovim značajkama.

Prednosti Pixlr X:

Uređivanje jednim klikom, jednostavno sučelje, ne zahtijeva preuzimanje.

Nedostaci Pixlr X:

Ograničeni alati, bez naprednih značajki, manje moćan od Pixlr Editora.

Koristi se na:

Web i mobilni (iOS, Android)⁶

Kako napraviti snimku zaslona

Tijekom procesa stvaranja vlastite digitalne priče može biti korisno napraviti snimke zaslona. Na taj način možete podijeliti informacije koje vidite na vlastitom zaslonu izravno u svoju digitalnu priču. Ovdje vam pomažemo na vašem putu:

Prvo odlučite kako bi vaša snimka zaslona trebala izgledati. Želite li snimku cijelog zaslona? Trebate li snimku zaslona jednog prozora ili programa? Ili želite odabrati dio zaslona i snimiti ga?

a) *Snimanje zaslona pomoću tipke Print Screen*

Želite li napraviti snimku zaslona cijelog zaslona ili dijela prozora? Zatim slijedite ova 3 koraka.

Korak 1: Pronađite tipku Print Screen

Tipka Print Screen na tipkovnici je označena.

Na tipkovnici pronadite tipku s natpisom PrtScn (kratica od Print Screen) ili Print Screen. Često je to jedna od tipki iznad tipki sa strelicama na tipkovnici. Za snimanje zaslona jednostavno pritisnite tipku Print Screen. Zatim istovremeno pritisnite tipke Fn i Print Screen. Nećete vidjeti da se ništa dogodilo, ali snimka zaslona je sada snimljena.

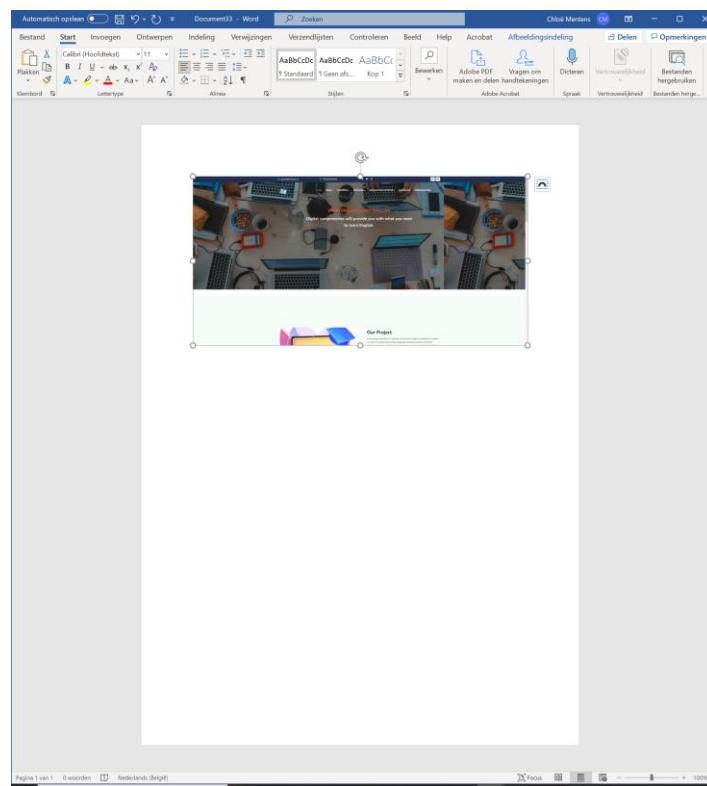
⁶<https://nl.wix.com/blog/post/de-10-besten-gratis-fotobewerkingsprogramma-s-2021>



Korak 2: Korištenje snimke zaslona u tekstualnoj datoteci

Zalijepite snimku zaslona u tekstualnu datoteku.

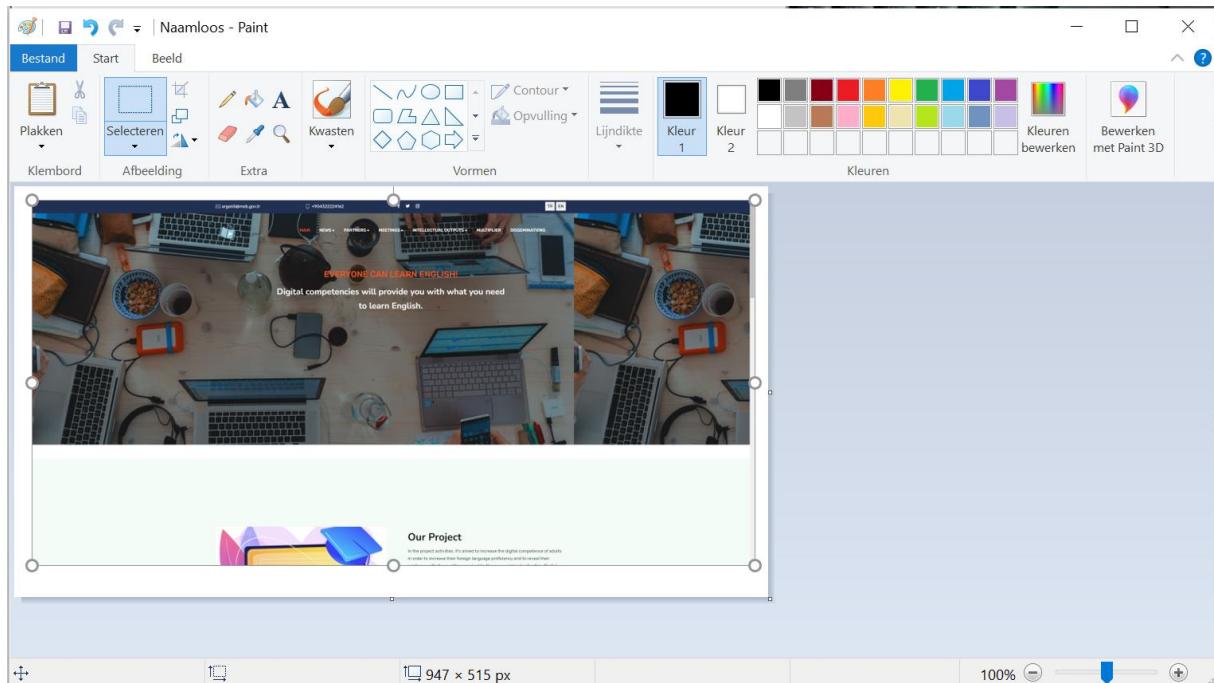
Je li vaša snimka zaslona namijenjena za korištenje u tekstualnoj datoteci? Zatim otvorite datoteku i kliknite na mjesto na kojem želite da se snimka zaslona. Sada pritisnite i držite tipku Control u donjem lijevom dijelu tipkovnice, a zatim pritisnите tipku 'V'. Vaša snimka zaslona sada će se pojaviti u vašoj datoteci.



Korak 3: Spremite snimku zaslona

Spremite snimku zaslona.

Želite li spremiti snimku zaslona na svoj tvrdi disk? Zatim otvorite program za uređivanje fotografija kao što je Paint. Nakon što je program otvoren, držite pritisnutu tipku Control u donjem lijevom dijelu tipkovnice, a zatim pritisnite tipku 'V'. Ovdje možete odabrati želite li izrezati fotografiju ili ne. Je li slika dobra? Zatim kliknite na 'Datoteka', zatim 'Spremi kao' i odaberite naziv i mapu za spremanje slike. Slika je sada u odabranoj mapi, tako da možete zatvoriti Paint.⁷



b) Snimanje zaslona pomoću alata za izrezivanje

Želite li brzo odabrati dio zaslona i napraviti snimku zaslona? Zatim upotrijebite alat za izrezivanje, koji je standardan u sustavu Windows.

Korak 1: Otvorite alat za izrezivanje

Otvorite alat za izrezivanje.

⁷<https://www.coolblue.be/nl/advies/hoe-maak-ik-een-screenshot-in-windows.html>

Kliknite na gumb za pokretanje sustava Windows u donjem lijevom kutu zaslona. U izborniku koji se sada otvara nalazi se traka za pretraživanje na dnu. Unesite "izrezivanje" u traku za pretraživanje. Kliknite na rezultat pretraživanja 'Program za izrezivanje'. Na slici pored možete vidjeti logo tog programa.

Korak 2: Odabir desnog dijela zaslona

Odabir odgovarajuće količine zaslona za snimku zaslona.

Vaš kursor se mijenja u križ. Tim križićem odabirete dio ekrana čiji želite napraviti screenshot. Za odabir, držite pritisnutu lijevu tipku miša i pomaknite miš. Čim pustite lijevu tipku miša, snima se snimka zaslona.

Korak 3: spremite snimku zaslona

Spremanje snimljene snimke zaslona.

Vaša snimka zaslona pojavit će se u novom prozoru. Možete ga spremiti klikom na gumb 'floppy disk'. Ovo je ljubičasta ikona kao što možete vidjeti na slici. Zatim odaberite naziv i mjesto na koje želite spremiti snimku zaslona.

Programi za uređivanje videa

a) *MoviePlus početno izdanje*

MoviePlus Starter Edition je prilično moćan video uređivač. Ono što je lijepo je to što možete stvoriti takozvanu sliku u slici, što znači da zapravo možete gledati dva filma u isto vrijeme. Na primjer, za istovremeno prikaz scene iz dva kuta. Korisno za one koji rade s nekoliko akcijskih kamera ili ako u montažu uključite i videozapise prijatelja. Za preuzimanje potrebno je ostaviti e-mail adresu, nakon čega ćete dobiti licencni kod. Pazite da ne instalirate nikakve neželjene programe. Program ne prepoznaje mnoge formate datoteka, osim ako uz njega ne kupite paket kodeka. Na sreću, možete besplatno pretvoriti videozapise s programima iz savjeta 10 i 11.

MoviePlus: Sjajan video uređivač koji podržava sliku u slici.

b) *ShotCut*

Ovaj program otvorenog koda dostupan je za nekoliko platformi, uključujući, naravno, Windows. ShotCut je jednostavan za korištenje, ali ima puno funkcionalnosti. Može poboljšati snimku, primijeniti digitalnu stabilizaciju slike kako bi potresni filmovi bili mirniji i podržava gotovo sve formate filma kojih se možete sjetiti. Čak i kada spremate konačni film, postoji mnogo gumba za okretanje tako da možete generirati filmove za bilo koji uređaj ili medij.

ShortCut ima vrlo široke mogućnosti i profesionalan izgled.

c) *Avidemux*

Mali, ali lijep video uređivač otvorenog koda koji vam omogućuje rezanje videozapisa ili njihovo dijeljenje na manje fragmente. Dobra stvar je što se ne kodiraju ponovno kada se spremaju. Stoga uopće nema gubitka kvalitete. Također možete izvesti niz operacija, kao što su izrezivanje, rotiranje, izoštravanje, smanjenje šuma i podešavanje ekspozicije i boja. U tom slučaju modificirate snimku i, naravno, potrebno je kodiranje.

S Avidemuxom možete skratiti filmove bez gubitka kvalitete.

d) *Free video Editor*

Ovaj program vam omogućuje da iz filma izrežete neželjene dijelove i spremite novi film bez ponovnog kodiranja. Program vam omogućuje spremanje novog filma bez ponovnog kodiranja. Možete izrezati dijelove sredine filma i nisu ograničeni samo na početak ili kraj. Također je moguće pretvoriti u drugi format. Ovaj program se nekada zvao Free Video Dub. Opet, čuvajte se nepotrebnog dodatnog softvera tijekom instalacije.

Izrežite sve dijelove koje želite uz Free video Editor.

e) iMovie

Već nekoliko godina besplatno dobivate video editor iMovie kada kupite iPhone ili iPad. Ovo je dobra vijest, jer je ova aplikacija vrlo opsežna i omogućuje vam uređivanje i montažu najljepših filmova. Odaberite nekoliko isječaka, rasporedite ih na vremenskoj traci, postavite početnu i završnu točku za svaki i dodajte cool filter ako želite. Također možete izrezati film na kraće fragmente, duplicirati ih i prilagoditi brzinu reprodukcije. Dakle, postoji mnogo mogućnosti, sve na vašem Apple mobilnom uređaju.

iMovie je sveobuhvatan video uređivač za vaš iPhone ili iPad.

f) Video Toolbox

Možete koristiti web-mjesto Video Toolbox, između ostalog, za pretvaranje videozapisa u drugi format, za njihov vodeni žig ili za odvajanje zvuka, videa i titlova. Nadalje, možete izrezati sliku, skratiti filmove ili ih zalijepiti zajedno. Web stranica izgleda prilično staro. Najprije učitate jedan ili više filmova ili naznačite online filmove, a zatim odaberete radnju koju želite izvesti. Dobivate 600 MB prostora za pohranu izvornog materijala i 1400 MB za montirane filmove.

Stranica Video Toolboxa je malo staromodna, ali radi dobro.

g) Magisto

Magisto je online video usluga koja olakšava stvaranje kratkih filmova. Ne očekujte opsežan video uređivač, ovdje se radi isključivo o lakoći i jednostavnosti. Vi birate svoje videozapise, odabirete temu koja vam se sviđa i dodajete prikladnu glazbu. Magisto zatim traži niz prekrasnih scena i montira ih u blistav film. Umjesto rada na web stranici, za to možete koristiti i aplikaciju na svom iOS ili Android uređaju ili instalirati Magisto kao program na svoje računalo.

Magisto se može koristiti putem web stranice, aplikacije na telefonu ili tabletu ili lokalnog programa na računalu.

h) WeVideo

Uz online video uređivač, prvo morate prenijeti svoje filmove. Dakle, što su filmovi kraći, brže možete započeti. Besplatna verzija WeVideoa ionako vam omogućuje objavljivanje samo pet minuta materijala mjesečno, tako da je to olakšanje. Nakon što se prijavite, vidjet ćete jednostavan video uređivač s vremenskom trakom. Videozapise možete rotirati, zrcaliti i skalirati. Razni efekti su također mogući i možete dodati glazbu. Svoje filmove možete prenositi izravno na Vimeo, YouTube, Twitter, Facebook i Dropbox, između ostalih. Sviđa li vam se usluga? Postoje razne pretplate koje vam omogućuju da kupite više vremena.

Uredite svoje filmove i objavite ih izravno na video servisu po vašem izboru uz WeVideo.

i) Loopster

Online editor Loopster daje vam tri gigabajta prostora za pohranu filmova. Prenesite svoje filmove i spremni ste za početak uređivanja. Možete dodati naslove, prijelaze i zvuk i odlučiti gdje počinje i staje materijal po filmu. Krajnji rezultat možete podijeliti na YouTubeu ili Facebooku ili ga spremiti lokalno. Besplatna verzija ima neka ograničenja. Na primjer, dodan je vodeni žig i ne možete generirati filmove u HD kvaliteti.

Runner izgleda kao jednostavan lokalni video uređivač, ali stvarno radite na mreži.

j) YouTube

Obično uređujete videozapis prije nego što ga podijelite na mreži. Međutim, moguće je to učiniti i naknadno. Na YouTubeu, primjerice, uvijek možete dodati glazbu ili titl. Da biste to učinili, prijavite se u Youtube Studio i odaberite Sadržaj s lijevog izbornika. Kliknite na video koji želite uređiti, a zatim na Editor. Ovdje možete dodati titlove i glazbu svojim videozapisima.

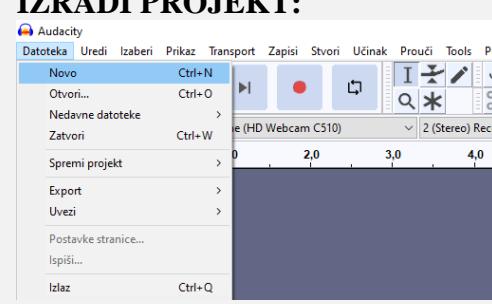
Također možete optimizirati kvalitetu slike, kao što su ekspozicija, kontrast, zasićenost i temperatura boje. A tijekom reprodukcije lako je istovremeno vidjeti originalni i uređeni videozapis. Ostale pametne opcije uključuju stabilizaciju potresne snimke, usporenu reprodukciju, ubrzavanje sporog timelapsa i izrezivanje. Kombinirajte više filmova i dodajte prijelaze i naslove.

Da biste saznali više o tome kako funkcioniра YouTube Studio, posjetite ovu stranicu.

Dodavanje zvuka u vaš video

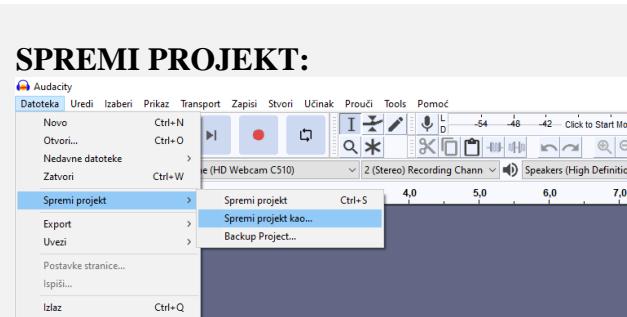
Audacity je program za uređivanje zvuka otvorenog koda koji vam omogućuje stvaranje, uređivanje i spremanje WAV, AIFF, Ogg Vorbis i MP3 datoteka. Audacity je dostupan za Windows, Mac, Unix i Linux. Program se također može koristiti na mnogim jezicima. Audacity ima filtere za uređivanje zvuka.

Stol6. Koraci za dodavanje zvuka

Koraci	Teorija	Implementacija	Snimke zaslona
1	IZRADA I SPREMANJE PROJEKTA Kada otvorite program, automatski kreirate novi projekt. Također možete kreirati	IZRADI PROJEKT: Na vrpci kliknite "Datoteka", a zatim "Novo". SPREMI PROJEKT:	

novi projekt u programu. Kada započnete novi projekt, najbolje ga je odmah spremiti sa željenim naslovom. Spremite datoteku nekoliko puta dok radite. Tako ćete izbjegći gubitak projekta.

Na vrpci kliknite "Datoteka", a zatim "Spremi projekt". Zatim možete odabratи 'Spremi projekt' ili 'Spremi projekt kao...'. Kada kliknete na 'Spremi projekt kao...', odaberite naziv datoteke za svoj projekt. Proširenje vašeg projekta je '.aup'. Zatim kliknite na 'Spremi'.



DODAVANJE ZVUČNOG ISJEČKA

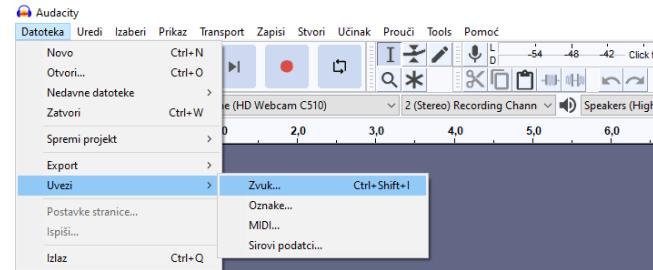
Da biste mogli uređivati zvučni isječak, prvo morate svom projektu dodati zvučni isječak.

2

Na vrpci kliknite "Datoteka", a zatim "Uvezi". Zatim odaberite "Audio...".

U prozoru koji se otvori odaberite željeni zvučni fragment. Izbrisati: kliknite na vrpci na "Uredi", a zatim na "Poništi".

DODAJTE ZVUČNI ISJEČAK:



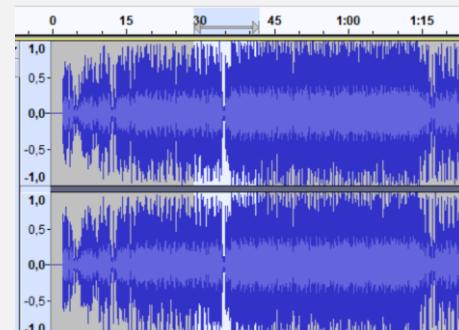
REZANJE, BRISANJE, KOPIRANJE, LIJEPLJENJE I DUPLICIRANJE ZVUČNOG ISJEČKA

Kada izrežete fragment, odabrani

3

ODABERITE ZVUČNI ISJEČAK: Kliknite na početnu točku zvučnog fragmenta koji želite odabratи. Povucite pokazivač na

ODABERITE ZVUČNI ISJEČAK:



fragment se uklanja iz cijele zvučne datoteke i fragment se privremeno sprema. Fragment se zatim može zalijepiti na drugo mjesto.

Kada kopirate fragment, cijela zvučna datoteka ostaje nepromijenjena, ali se fragment privremeno sprema. Zatim možete zalijepiti fragment na drugo mjesto.

Također možete izbrisati fragment ili ga duplirati. Dupliciranje znači dopustiti da se isti fragment dvaput pojavi u istom zvučna datoteka.

ZALJEPITE ZVUČNI ISJEČAK:
Kliknite na "Uredi", a zatim na "Zalijepi" na vrpci.

kraj zvučnog isječka koji želite odabrat.

IZREŽI ZVUČNI ISJEČAK:
Kliknite na "Uredi", a zatim na "Izreži" na vrpci.

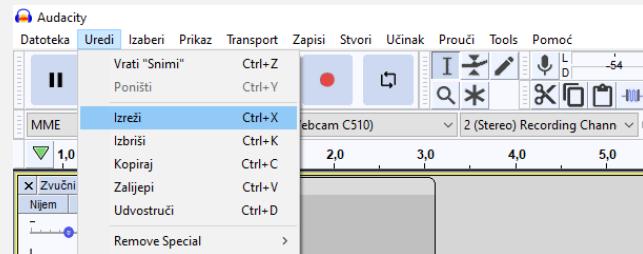
IZBRIŠI ZVUČNI ISJEČAK:
Kliknite na "Uredi", a zatim na "Izbriši" na vrpci.

KOPIRAJ ZVUČNI ISJEČAK:
Kliknite na 'Uredi', a zatim na 'Kopiraj' na vrpci.

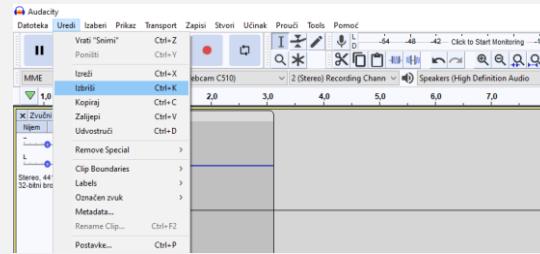
ZALJEPITE ZVUČNI ISJEČAK:
Kliknite na "Uredi", a zatim na "Zalijepi" na vrpci.

DUPLIRAJ ZVUČNI ISJEČAK:
Kliknite na "Uredi", a zatim na "Duplicate" na vrpci.

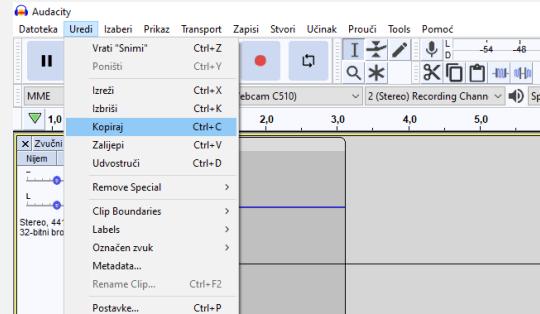
IZREŽI ZVUČNI ISJEČAK:



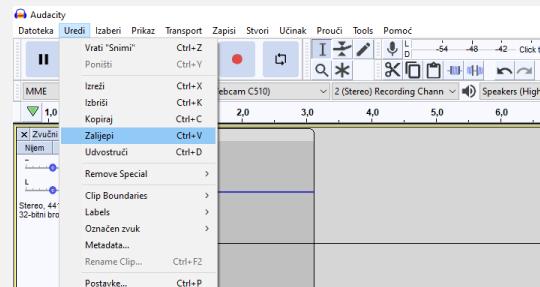
IZBRIŠI ZVUČNI ISJEČAK:



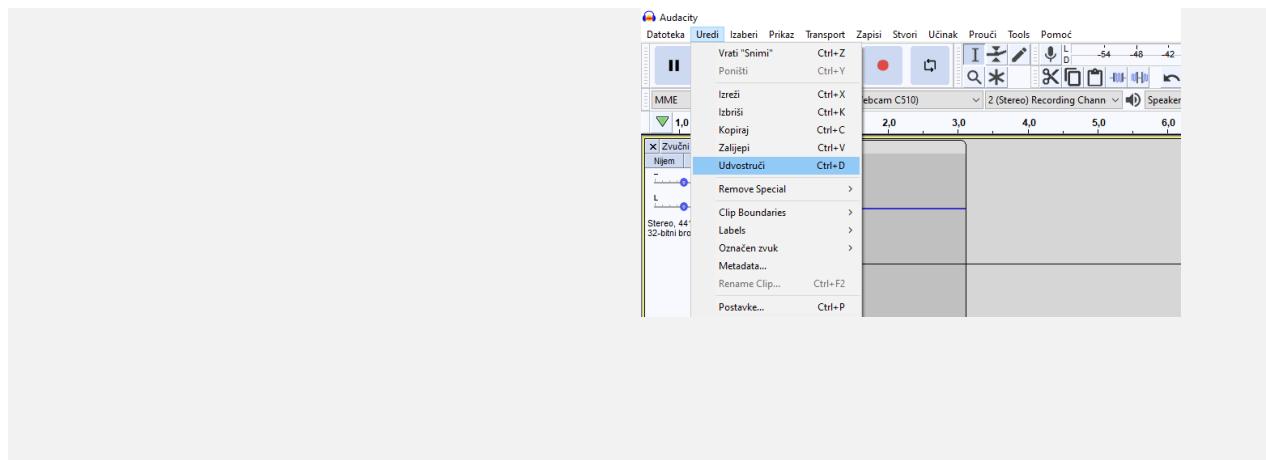
KOPIRAJ ZVUČNI ISJEČAK:



ZALJEPITE ZVUČNI ISJEČAK:



DUPLIRAJ ZVUČNI ISJEČAK:



PRIMJENI UČINKE

Na zvučne isječke možete primijeniti različite efekte. primjeri:

Možete primijeniti 'fade-in' ili 'fade-out' na zvučni isječak kako bi zvučni isječak polako postao glasniji na početku ili polako postao mekši na kraju.

Možete koristiti jeku za simulaciju zvučnog fenomena koji nastaje zbog ponovljenih refleksija zvuka nakon što je izvor zvuka prestao reproducirati.

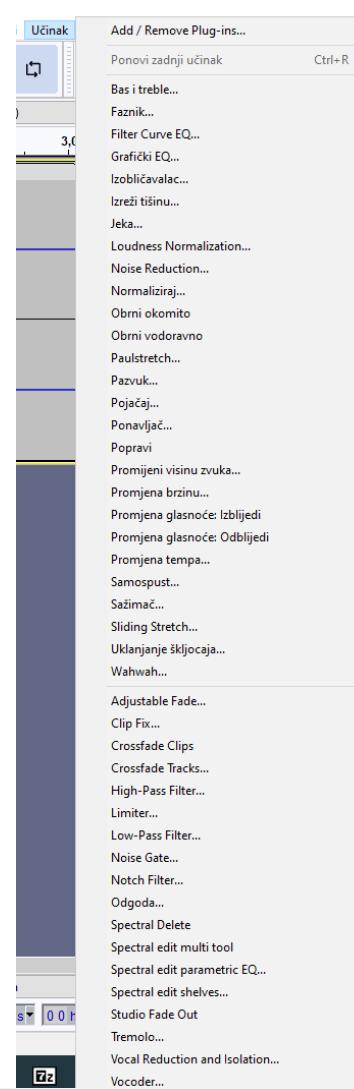
4

PRIMJENI UČINKE:

Odaberite isječak na koji želite primijeniti efekt.

Kliknite na 'Effect' na vrpci i odaberite željeni efekt iz izbornika za odabir.

PRIMJENI UČINKE:



OBJAVITI PROJEKT

Projekt možete otvoriti u programu Audacity samo

5

OBJAVITI PROJEKT:

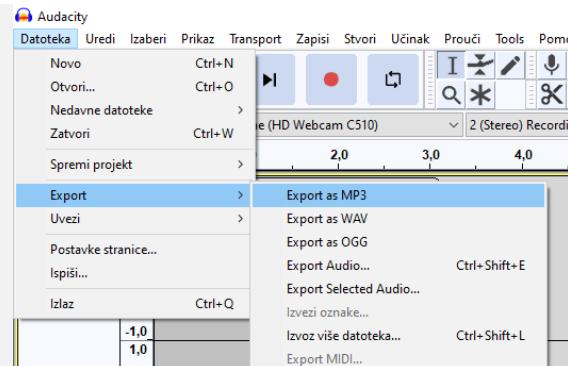
Na vrpci kliknite "Datoteka", a zatim "Izvoz".

OBJAVITI PROJEKT:



ako ima ekstenziju '.aup'. Kako biste bili sigurni da možete otvoriti uređeni zvučni fragment na bilo kojem računalu, projekt morate pretvoriti u drugu vrstu datoteke. Ovdje radije koristimo MP3.

Zatim odaberite "Izvezi kao MP3". Promijenite naziv datoteke u željeni naslov i ostavite ekstenziju na '.mp3'.



Poglavlje 5

Timski rad u digitalnom priopovijedanju



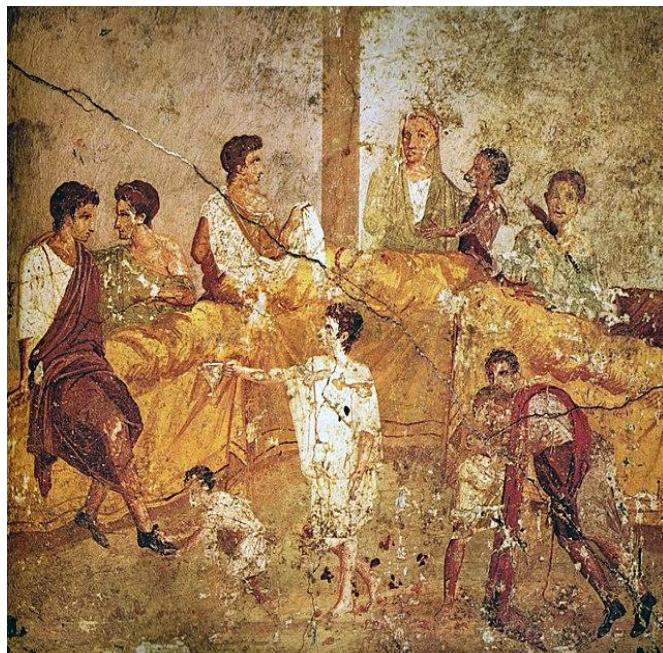
21. stoljeće donijelo je pomak u mainstream pedagogiju, s prevladavajućeg instruktivizma na konstruktivističku pedagogiju. Richardson (1998) sažima glavne karakteristike konstruktivističke pedagogije:

1. Pozornost prema pojedincu i poštivanje pozadine učenika te razvoj razumijevanja i uvjerenja o elementima domene (ovo se također može opisati kao usmjereni na studenta);
2. Facilitacija grupnog dijaloga koji istražuje element domene sa svrhom dovođenja do stvaranja i zajedničkog razumijevanja teme;
3. Planirano i često neplanirano uvođenje formalnog znanja iz domene u razgovor putem izravnih instrukcija, pozivanja na tekst, istraživanja web stranice ili na neki drugi način.
4. Pružanje mogućnosti učenicima da utvrde, izazovu, promijene ili dodaju postojeća uvjerenja i shvaćanja kroz angažman u zadacima koji su strukturirani za tu svrhu; i
5. Razvoj metasvijesti učenika o vlastitim shvaćanjima i procesima učenja.

U konstruktivističkoj pedagogiji, dizajn učenja treba uključiti pedagogiju učenja usredotočenu na učenika, kao što su scenariji temeljeni na projektu, na slučaju, na upitu i na problemu (Oliver, 2001.). Učenici moraju biti uronjeni u okruženja za učenje koja promiču stvarno učenje u stvarnim kontekstima. Timovi i timski rad pomažu u promicanju dubokog učenja koje se događa kroz interakciju, rješavanje problema, dijalog, suradnju i suradnju (Johnson & Johnson, 1995.). Ovi dizajni učenja promiču izgradnju znanja budući da su ugrađeni u asocijalno iskustvo

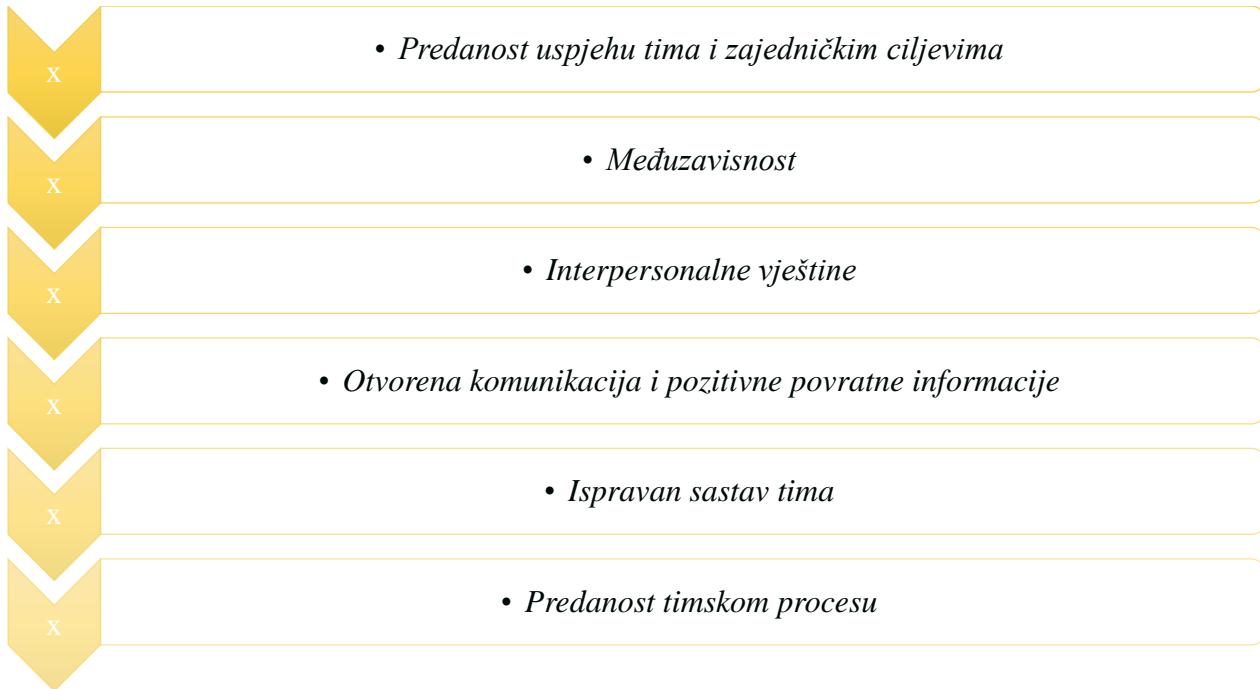
s timskim okruženjem (Vygotsky, 1978). Učinkovit timski rad može utjecati na uspješnu isporuku i provedbu ovih dizajna učenja. Visokoškolski odgajatelji ne mogu pretpostaviti da će učenici imati znanje, razumijevanje i vještine potrebne za stvaranje i doprinos sinergijskom timskom okruženju.

Ključne vještine 21. stoljeća su digitalna pismenost, sposobnost komunikacije sa zajednicom, debata i inovacija stjecanja znanja te razvoj vještina suradnje ili timskog rada (Chujitarom, 2020.). Timski rad može učiniti grupu ljudi uspješnom, i smatra se jednim od ključeva uspjeha u svakom profesija. Stoga se timski rad može koristiti i za poticanje inovacija računalnog polja.



Ljudi koji rade zajedno u antičko doba

Ljudi su od davnih vremena formirali grupe kako bi obavljali svoje poslove ili zadatke na jednostavniji i učinkovitiji način. Timski rad odnosi se na aktivnosti kroz koje se inputi tima pretvaraju u rezultate tima kao što su učinkovitost i zadovoljstvo tima. Na širokoj razini, timski rad je proces kroz koji članovi tima surađuju kako bi postigli ciljeve zadatka (Driskell i sur., 2018.). U timskom radu postoje interakcije među ljudima koje mogu dovesti u akciju razmjenu informacija i znanja. Za dobivanje informacija imamo puno mogućnosti. Najvažnije od njih: vlastita iskustva, učenje, coaching, mentor, neformalne mreže, dobra komunikacija itd. Oni mogu biti ispred timskog rada. Za zajedničke ciljeve članovi tima moraju raditi ne samo blizu jedni drugima nego i zajedno. To znači da moraju koristiti znanje i iskustva jedni drugih. U ovoj situaciji javlja se zahtjev za dijeljenjem znanja i individualno znanje treba podići na grupnu razinu (Bencsik, 2009.). Timski rad ima 6 komponenti koje su prikazane na slici 1.



Lik4. Komponente timskog rada

Predanost timskom uspjehu i zajedničkim ciljevima, a članovi tima imaju zajedničke ciljeve

Članovi tima moraju težiti timskom uspjehu, biti motivirani, sudjelovati i biti odlučni postići najvišu razinu. Tim bi trebao biti visoko usredotočen na isporuku kvalitetnog proizvoda, a ne zaokupljen osobnim problemima koji bi mogli omesti ovaj cilj. Oni olakšavaju i njeguju pozitivne, suradničko-radne odnose temeljene na fokusu na razvoju kvalitetnog konačnog proizvoda koji bi impresionirao mentora, kolege i krajnje korisnike.

Cijeli tim je snažno motiviran da nadmaši druge timove i dijeli snažan zajednički cilj da želi razviti proizvod koji bi podržao njihove šanse za dobivanje zaposlenja na kraju tečaja.

Ključni atributi :

- ✓ Sudionici razumiju svoju svrhu i dijele svoje ciljeve - kombinacijom se postiže misija
- ✓ Članovi moraju dijeliti snažan zajednički cilj
- ✓ Grupe svakom članu tima osiguravaju prestiž i priznanje
- ✓ Uspješni timovi su motivirani za uspjeh
- ✓ Postoji snažna timska predanost uspjehu
- ✓ Članovi imaju snažne zajedničke vrijednosti i uvjerenja
- ✓ Angažirani i zadovoljni svojim radom
- ✓ Stvaranje timske atmosfere koja je neformalna, opuštena, ugodna i bez osuđivanja
- ✓ Promicati grupnu koheziju

- ✓ Ljudi uživaju u redovitoj interakciji s pojedincima koji imaju slične interese i ciljeve



Uspješan timski rad oslanja se na sinergizam koji postoji između svih članova tima koji stvaraju okruženje u kojem su svi voljni pridonijeti i sudjelovati u promicanju i njegovanju pozitivnog, učinkovitog timskog okruženja. Članovi tima moraju biti dovoljno fleksibilni da se prilagode radnim okruženjima u kojima se ciljevi postižu suradnjom i društvenom međuovisnošću, a ne individualiziranim, natjecateljskim ciljevima (Luca & Tarricone, 2001.).

Međuovisnost

Tim članovi moraju sudjelovati. Raditi međuovisno umjesto neovisno je najbolja stvar za svakog pojedinca, dopušta timu da ostvariti svoje ciljeve na visokoj razini. Članovi tima osjećaju da su imali odgovornost prema ostalim članovima tima i da se uspjeh projekta temelji na doprinosu svakog člana tima. Članovi tima uvijek rado pomažu kolegama kada imaju poteškoća. Tim proaktivno razmišlja o problemima koje imaju pojedini članovi tima i nudi pomoći ako je potrebno.



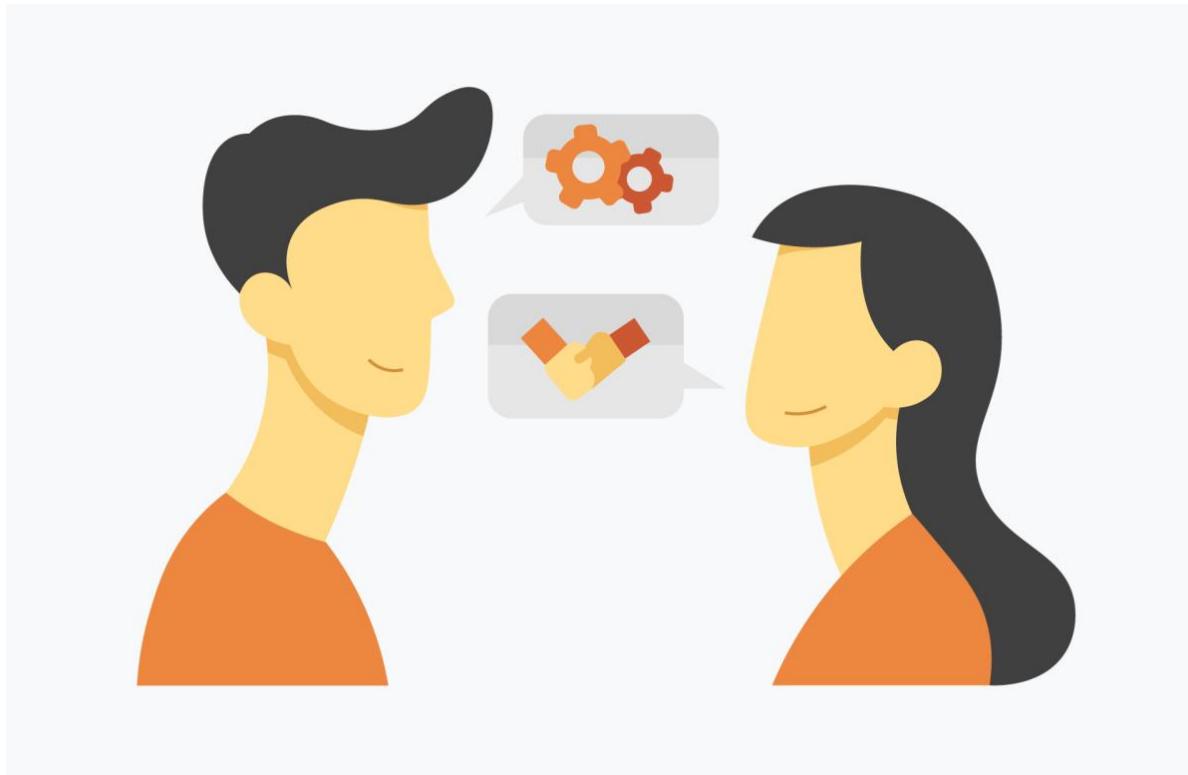
Ključni atributi

- ✓ Jedan ne može uspjeti osim ako drugi članovi grupe ne uspiju
- ✓ Zajedno, grupa može dati više nego što bi pojedinci koji je kompromitirali mogli učiniti u izolaciji
- ✓ Članovi tima moraju učinkovito surađivati kako bi stvorili uspješne sustave
- ✓ Članovi tima međusobno djeluju kako bi pomogli jedni drugima u ispunjavanju zadatka i promovirali uspjeh jedni drugih
- ✓ Članovi tima nadovezuju se na sposobnosti svojih kolega
- ✓ Članovi tima moraju biti zainteresirani za postignuća i grupe i svakog pojedinca
- ✓ Članovi tima nikada ne smiju biti potpuno sami ili potpuno neovisni
- ✓ Timovi su često ovlašteni za izvršavanje zadataka koji nisu dostupni pojedincima
- ✓ Pojedinci doživljavaju širok raspon novih ideja i vještina u interakciji s članovima tima
- ✓ Članovi tima uče zajedno kako bi kasnije mogli bolje raditi kao pojedinci



Interpersonalne vještine

Važno je promicati brižan odnos u radnoj okolini, moći iskreno raspravljati o pitanjima, pružati međusobnu podršku, te pokazati poštovanje i predanost timu i pojedincu. Tim prepoznaje da članovi tima imaju različite osobnosti. U dobrom timu članovi pokazuju obzir jedni prema drugima, poštuju i podržavaju druge u teškim trenucima.



Ključni atributi

- ✓ Ljudi moraju brinuti jedni za druge
- ✓ Članovi moraju štititi i podržavati jedni druge
- ✓ Osjećaji mogu biti slobodno izraženi
- ✓ Članovi moraju poštovati i podržavati jedni druge, te su realni u međusobnom očekivanjima
- ✓ Postoji visoka razina povjerenja
- ✓ Članovi se međusobno poštiju i vjeruju jedni drugima
- ✓ Potiče se povjerenje, samopouzdanje i predanost unutar grupe

Otvorena komunikacija i pozitivne povratne informacije

Ponekad se pojavi potreba za saslušanjem pritužbi i potreba članovi tima. Članovi moraju biti spremni dati i primiti konstruktivnu kritiku i ponuditi stvarne prijedloge. Tim prepoznaće da je "zdrava stvar" raspravljati o problemima ili teškim pitanjima i pokušati ponuditi konstruktivnu pomoć/kritiku u pokušaju da ih se riješi. Dobar tim cijeni otvoreni dijalog koji je omogućava članovima tima da izraze svoje zabrinutosti na neobrambeni način. Otvoreni su i iskreni o svim aspektima Projekta.



Ključni atributi

- ✓ Dajte i prihvativate povratne informacije na neobrambeni način
- ✓ im bi trebao biti vrlo raznolik u talentima i znanju članova
uz održavanje otvorene, neprijeteće komunikacije
- ✓ Cijenite učinkovito slušanje i komunikaciju koja služi potrebama grupe
- ✓ Uključite se u otvoreni dijalog i komunikaciju
- ✓ Njegujte timski duh konstruktivne kritike i autentične povratne informacije
- ✓ Članovi tima moraju biti otvoreni i iskreni
- ✓ Omogućite članovima da izraze grupne osjećaje
- ✓ Slušajte sve ideje i osjećaje
- ✓ Suočite se s sukobom i riješite ga

Odgovarajući sastav tima

To je bitna za stvaranje uspješnog tima. Svi članovi moraju razumjeti ulogu timskog rada. Prilikom sastavljanja tima, pomno se razmatraju potrebne vještine svakog člana tima, kao i tip osobnosti svakog člana tima.



Ključni atributi

- ✓ Uspješni timovi su proizvod odgovarajućeg sastava tima
- ✓ Pojasnite uloge članova, zadatke i odgovornosti u odnosima
- ✓ Razgovarajte o razlikama u tome što svaki član može pridonijeti radu

Predanost timskim procesima, vodstvu i odgovornosti

Članovi tima su odgovoran za sudjelovanje u timu. Učinkovito vodstvo je bitno za uspjeh tima, uključujući zajedničko odlučivanje i rješavanja problema. Članovi dobrog tima svjesni su važnosti svačije uloge u timu i procesa koji tim koristi za planiranje i praćenje vremena i kvalitete potrebnih zadataka. Takav tim poštuje voditelja projekta i uvijek se konzultira s timom prije donošenja bilo kakve veće odluke. Također, tim ima niz postupaka osiguranja kvalitete koji pomažu u praćenju aktivnosti i odgovornosti pojedinih članova tima.



Ključni atributi

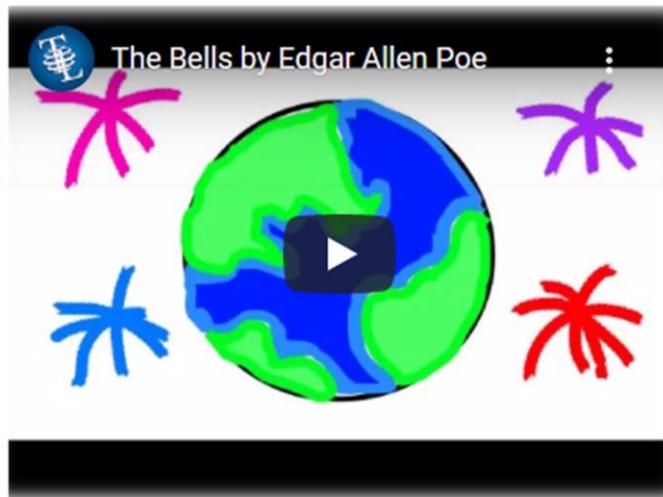
- ✓ Tolerirati dvosmislenost, neizvjesnost i prividni nedostatak strukture
- ✓ Usvojite pristupe koji su usmjereni ka cilju, pravedno podijelite posao među članovima i uskladite očekivanja
- ✓ Prihvate individualnu odgovornost/osobnu odgovornost
- ✓ Članovi tima odgovorni su za svoj dio posla
- ✓ Članovi se oslanjaju na vodstvo
- ✓ Odluke se donose konsenzusom
- ✓ potrebno je učinkovito vodstvo
- ✓ Potaknite sudionike grupe, konsenzus i odluke
- ✓ Eksperimentirajte s novim načinima učinkovitijeg rada
- ✓ Tražite primjere dobre prakse od drugih timova i drugih dijelova organizacije;
- ✓ Budite otvoreni za promjene, inovacije i kreativno, zajedničko rješavanje problema
- ✓ Poduzmite mjere za rješavanje problema bez čekanja na smjernice
- ✓ Pratite napredak tima
- ✓ Izvršite analize nakon projekta kako biste saznali što je uspjelo, a što nije

Timski rad i digitalno pripovijedanje

Digitalno pripovijedanje osnažuje polaznike. Iskustvo učenja 21. stoljeća koje spaja njihov interes za tehnologiju i njihove vještine s njom upotrebom. Upravljanje procesom izrade moćne digitalne priče polaznicima pruža prilike za rad na vještinama upravljanja projektima kao što su organizacija, upravljanje vremenom, vodstvo, inicijativa, upornost i timski rad.

Uspješan timski rad oslanja se na synergizam koji postoji između svih članova tima koji stvaraju okruženje u kojem su svi voljni pridonijeti i sudjelovati u promicanju i njegovanju pozitivnog, učinkovitog timskog okruženja. Članovi tima moraju biti dovoljno fleksibilni da se prilagode radnim okruženjima u kojima se ciljevi postižu suradnjom i društvenom međuovisnošću, a ne individualiziranim, natjecateljskim ciljevima (Luca & Tarricone, 2001.). Vještine timskog rada zajedno s komunikacijskim vještinama mogu se razviti korištenjem digitalnog pripovijedanja (Yuksel, Robin & McNeil, 2011.). Zbog jačanja radoznalosti i motivacije učenika smatra se inovacijom u kurikulumu (Hathorn, 2005.) Smatra se i „učinkovitim okruženjem za učenje i poticanje suradnje“ (Yang & Wu, 2012., str. 350) u obrazovanju.

Pripovijedanje se može smatrati jezgrom računalne umjetnosti. To je zato se moraju uskladiti dijelovi cijele priče kako bi učinkovito poslali poruku. To se čini spajanjem priča pomoću digitalnih tehnika kao što su videoiscečci, digitalno slikarstvo, strip ilustracije i animacija itd. (Chujitarom, 2020.). Timski rad i digitalno pripovijedanje usko su povezani, jer dobre priče moraju proizaći iz komunikacije od pripovjedača prema publici i uvažavaju rezultate povratnih informacija. Timski rad čini proces digitalnog pripovijedanja vrlo uspješnim (Cunsolo i sur., 2013.). Baza podataka Creative Educator nudi 6 načina za implementaciju digitalnog pripovijedanja kako bi se izgradila pismenost, istovremeno potičući dublje razmišljanje o sadržaju koji se proučava. Te se ideje mogu zadati polaznicima kao timski rad.

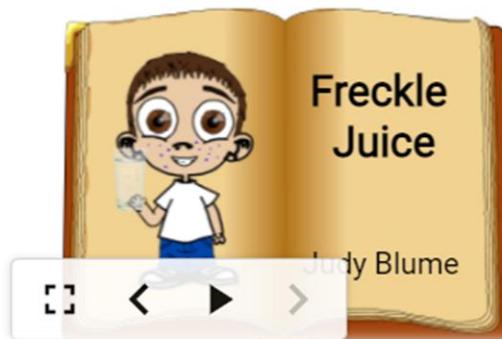


a) Ideja 1. Vizualna poezija

Sama riječ poezija implicira da se radi o obzirnom i, pažljivom čitanju. Neka učenici naprave digitalne verzije pjesama u formatu pripovijedanja kako bi pokazali svoje razumijevanje autorovog izbora riječi i namjere. Dok stvaraju svoje vizualne pjesme, učenici „tumače riječi i izraze onako kako se koriste u tekstu, uključujući određivanje tehničkog, konotativnog i figurativnog značenja, te analiziraju kako određeni izbor riječi oblikuje značenje ili ton.

Zamolite učenike da pažljivo pročitaju svaki redak ili strofu pjesme i razgovaraju o autorovom izboru riječi. Učenici zatim trebaju pronaći ili izraditi slike za svaki redak ili strofu kako bi ilustrirali autorovu namjeru. Učenici također trebaju pronaći ili stvoriti glazbu kako bi pojačali emocije koje pjesma izaziva. Dok bilježe tekst pjesme, vježbaju tečnost i intonaciju. Konačni proizvod je multimedija verzija pjesme... digitalna priča koja pomaže gledatelju da bolje razumije poeziju.

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.



b) Ideja 2: Traileri za knjige

Izvješća o lektiri, čak i digitalna, obično su površna nakupina informacija: naslov, autor, sažetak i mišljenje. Umjesto ove vrste izvješća, zamolite učenike da naprave kratku, brzu najavu knjige poput filmskih najava koje su učenici upoznati, najave za knjige trebale bi biti dizajnirane tako da privuku publiku, prikazujući tekst na način koji motivira gledatelje da odaberu ovu određenu knjigu iz knjižnice.

Pobrinite se da najave knjiga učenika sadržavaju više od osnovnih informacija o knjizi. Učenici bi trebali koristiti ono što znaju o likovima i radnji kako bi povezali gledatelje s pričom. Oni trebaju sažeti priču i koristiti tehnike uvjeravanja kako bi potaknuli druge na čitanje. Ovako polaznici uče kako koristiti medije za promjenu ponašanja i primjećuju kako masovni mediji koriste te iste tehnike.



c) Ideja 3: Izvješće o vijestima

Većina je naših polaznika odrasla uz televiziju. Mnogi su proveli gotovo jednako vremena gledajući TV nego sjedeći u školi! Jedna od rijetkih vrsta televizijskih programa koje djeca ne uživaju gledati su, naravno, vijesti. Izazovite svoje učenike da osmisle vijesti koje bi zapravo željeli gledati na temelju sadržaja koji uče.

Učenici koji izrađuju zanimljivo izvješće vijesti moraju organizirati i sažeti informacije, pomažući im da bolje razumiju i zadrže sadržaj. Kako bi bili jasni i sažeti, učenici se trebaju usredotočiti na zanimljiv, točan rječnik i terminologiju. Dok uvježbavaju i snimaju izvještaje, vježbaju intonaciju i razvijaju vještine govora.

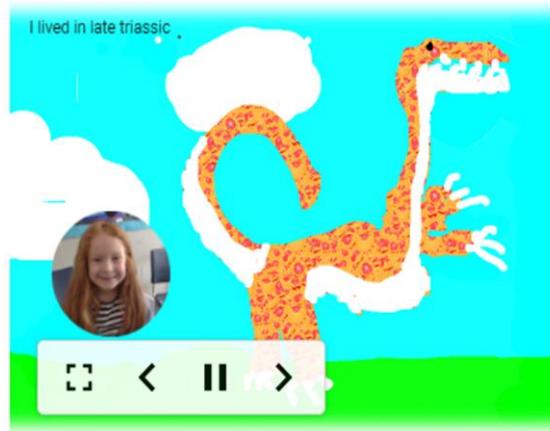
c) Ideja 4: Video biografija

Od školskih zadataka, učenici se često boje pisanja biografije. Motivirati učenike da rade svoje zadatke ponekad je teško, pogotovo kada znaju da nitko drugi osim učitelja neće vidjeti njihov rad.

Kako biste zadacima dali dodatnu važnost, stvorite publiku širiju od zidova vaše učionice. Podsjetite studente da biografije nisu uvijek knjige. Možda su gledali televizijske emisije o omiljenom pjevaču ili glazbeniku ili su uživali u biografiji nekoga kome se dive.

Korištenje pristupa digitalnog pripovijedanja biografijama pomaže sprječiti da njihovo pisanje postane popis nepovezanih činjenica. Dok kombiniraju svoje rezultate istraživanja sa slikama, zvukom i drugim medijima kako bi stvorili uvjerljivu priču, uče da čak i biografije mogu biti informativne i moćne.





Ideja 5: Intervjui

Zadaci koji od učenika traže da sažmu i podijele informacije kao izvješće ili prezentaciju lako se dovršavaju kopiranjem i lijepljenjem iz izvornih materijala. Zamoliti studente da predstave svoje rezultate istraživanja kao intervju u prvom licu čini kopiranje informacija mnogo težim.

Tipičan intervju je sesija pitanja i odgovora između dvoje ljudi, ali definiciju možete proširiti tako da uključite životinje, virusе ili čak povijesne artefakte.

Intervjuiranje neljudskih subjekata, poput cjepliva protiv dječje paralize ili broda kojim je Washington prešao Delaware, učenicima pruža sjajne prilike za izražavanje.

Intervju u prvom licu zahtijeva od učenika da prekodiraju informacije u svoje riječi. Pomaže im naučiti slagati, kombinirati i odrediti prioritete činjenica i ideja. U svijetu prepunom informacija, intervjuiranje pomaže da shvate da je znati koja pitanja postaviti - i kako ih postaviti - jednako važno kao i znati sve odgovore.



d) Ideja 6: Priopćenje za javnost

Mnoga važna pitanja današnjice, poput klimatskih promjena i javnog zdravlja, ruše granice između jezika prirodnih i društvenih znanosti.

Potaknite volju polaznika tako što ćete ih zamoliti da naprave priopćenje za javnost (PSA) koje informira gledatelje o tekućim problemima i potiče na akciju.

Kako bi stvorili učinkovito priopćenje, učenici moraju postati moći komunikatori koji mogu koristiti strukturu, izbor riječi i ton za podizanje svijesti. Izrada ovih priopćenja također pruža priliku za analizu publike i kombiniranje informativnog, narativnog i uvjerljivog pisanja.

Primjeri

Proces realizacije digitalnog pripovijedanja može biti prava prilika za razvoj profesionalnih kompetencija. To je način da se uči vlastitim iskustvom i uvidom u tuđa razmišljanja te potakne metakogniciju, prešutnu suradnju i izgradnju tima.

Ovdje ćemo dati različite primjere istraživanja s fokusom na digitalno pripovijedanje i timski rad. Ove su studije eksperimentalno provedene od strane profesionalnih akademika i/ili kvalificiranih trenera u formatima neformalnog obrazovanja.

Iako se ciljane publike razlikuju jedna od druge, rezultati se mogu primijeniti na različite ciljne skupine. Svrha davanja ovih primjera je nadahnuti edukatore koji žele koristiti metodu digitalnog pripovijedanja u obrazovnom procesu.

a) *Slučaj 1. Digitalno pripovijedanje za učinkovitu izgradnju tima i razvoj kompetencija*

Corrado Petruco sa Sveučilišta u Padovi u Italiji proveo je eksperimentalno istraživanje 2013. o upotrebi digitalnog pripovijedanja u skupini stručnjaka za zdravstvenu sigurnost: liječnika, veterinara, biologa, kemičara, nutricionista i tehničara za prevenciju, regionalnog zdravstvenog sustava Veneto (Sjeverna Italija).

Pojedinci su najprije sudjelovali u tečaju obuke na kojem su naučili koristiti jednostavne softverske alate za izradu malih narativnih videa o svojoj profesionalnoj svakodnevnoj praksi. Tijekom kratkog tečaja imali su i uvod u naraciju, učeći, na primjer, kako napisati jednostavnu ploču s pričama (storyboard) prema "tematiki priče" koja identificira radnju, glavne likove, zaplet i zaključak, početak i kraj. Za realizaciju vlastitih digitalnih priča radili su zajedno u malim timovima od 4-5 ljudi i svaka je grupa odabrala određenu temu koju su obrađivali u svojim prethodnim profesionalnim situacijama.

Kako bi odabrali "najbolju priču" za digitalno pripovijedanje, jedni drugima su pričali "ratne priče"; odnosno, kao što sugerira preneseno značenje, prepričavali priče o izazovima na radnom mjestu i poteškoćama koje tamo treba nadvladati. Za svaku priču pokušali su identificirati najvažnije teme i kontekst, te raspraviti. Priča jji mogla biti ili izravno povezana sa stvarnim problemima i mogućim rješenjima u koja su bili uključeni ili su je čuli od izravno uključenih kolega. Također su mogli odabrati da napišu "izmišljenu priču", ali pod uvjetom da sadržava stvarne elemente.

Nakon odluke o tome o čemu će govoriti, grupe su morale odabrati specifičnu publiku za digitalno pripovijedanje.

Identificirali su četiri skupine:

- 1) njihovi kolege u zajednici,
- 2) škola/učenici,
- 3) institucije i prehrambene tvrtke,
- 4) potrošači i građani.

Od ukupno 14 realiziranih videa, čak 8 je bilo usmjерeno na kolege: to se smatralo značajnim elementom, spremnost na razmjenu iskustava među članovima zajednice o specifičnim profesionalnim postupcima koji bi mogli biti bitno drugačiji u različitim područjima (na primjer, postupci kemijske kontrole vode, ispitivanje histamina u ribi, jestivost gljiva, uzorkovanje morskih plodova i tako dalje). Svi videozapisi su također klasificirani prema načinu na koji otkrivaju problem:

- većina njih 11, (79%) predlaže rješenje na "razuman" način,
- dok 2 (14%) eksplicitno navode kako je problem riješen, ali ne na potpuno zadovoljavajući način,
- samo 1 (7%) je za zadatak dobio problem koji još nije pronašao odgovor.



Ovi rezultati potvrđuju da je profesionalna zajednica bila jako zainteresirana za korištenje digitalnog pripovijedanja u kontekstu svog radnog mesta kao zajedničke aktivnosti.

U povratnim informacijama i intervjuima sudionika bilo je vidljivo da je uvidom u priče kolega o određenim problemima, stvorena mogućnost razmišljanja o vlastitim postupcima u sličnim situacijama i vlastitoj profesionalnoj praksi.

Proces realizacije digitalnog pripovijedanja može biti potpora razvoju profesionalnih kompetencija: zajedničko pisanje narativa storyboarda koji opisuju stvarni problem i njegovo moguće rješenje, način je da se dočaraju vlastiti i procesi promišljanja drugih, te potiče metakogniciju, prešutno izvlačenje znanja i u konačnici potaknuti izgradnju tima.

b) Slučaj 2. Utjecaj digitalnog pripovijedanja na vještine timskog rada



Öztürk i Tunç (2017.) proveli su istraživanje s ciljem istraživanja utjecaja digitalnog pripovijedanja na vještine timskog rada i komunikacijske vještine učenika srednjih likovnih škola. Sudjelovalo je 19 srednjoškolaca. Realizirana su dva projekta digitalnog pripovijedanja. Prvi je bio pilot projekt i trajao je otprilike 12 tjedana. Nakon prvog projekta napravljena je evaluacija, a drugi projekt je osmišljen sa striktnim rasporedom i trajao je 10 tjedana.

U oba projekta grupama su bili podijeljeni zadaci, a to su; scenarij, storyboard, proces dizajna uključujući dizajn likova i dizajn pozadine, animacija i montaža uključujući tehničko planiranje, generički (ova grupa je formirana samo u glavnom projektu) i glazbeni dizajn s pripovijedanjem i pozadinskom glazbom. Formirane su grupe i učenici su podijelili zadatke. Neki su učenici bili uključeni u različite grupe u isto vrijeme, budući da suradnička priroda procesa digitalnog pripovijedanja nema stroga pravila; fleksibilna je i u podjeli timova. Oni nisu samo komunicirali unutar grupe; bilo je i interakcije s drugim skupinama. Iako su neke grupe imale samo 1 učenika, sve su odluke donesene grupno. Osim podjele zadatka umjesto individualnog rada na cijelom projektu, svi su učenici u svakom projektu kreirali jednu digitalnu priču. Osim toga, redovito su se sastajali jednom tjedno i na tim sastancima dijelili su što su napravili i što će u sljedećim fazama raditi zajedno. Jedan od istraživača ih je usmjeravao u radu i dao povratne

informacije o njihovom radu. Također je ukratko iznio ono što je predviđeno za sljedeći tjedan na ovim sastancima.

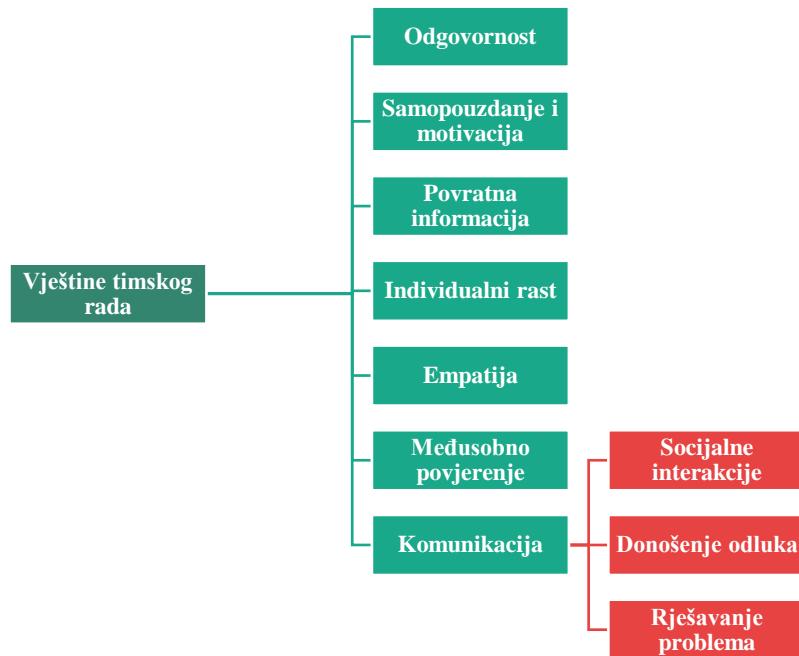
Stol7. Proces prijave (Öztürk i Tunç, 2017.)

Tjedni	Aktivnosti
1. i 2. tjedan	S digitalnim pripovijedanjem učenici su upoznati kroz prikaz primjera. Iscrpo je objašnjen projekt i njegove faze.
3. i 4. tjedan	Grupe su formirane prema interesu učenika; glavna tema određena je dogовором u razredu, a grupa za scenarij i grupa za proces dizajna počele su s radom
5. tjedan	Dok su scenaristi radili, predstavljeno je istraživanje o vizualima.
6. tjedan	Scenaristi su scenarij predstavili razredu na komentare. Sudeći prema komentarima, napravljene su izmjene i dogovorena je zadnja verzija scenarija. Dizajnerima storyboarda najavljeno je da idući tjedan rade na scenariju.
7. tjedan	Dizajneri storyboarda predstavili su svoje rade razredu i odlučene su konačne verzije storyboarda. Budući da je napravljen vizualni nacrt digitalnog pripovijedanja, dizajnerima likova je rečeno da počnu raditi.
8. tjedan	Dizajni likova započeli su pod kontrolom scenarista. U to vrijeme učenici montažne skupine pokušavali su pronaći programe koji tehnički podržavaju digitalno pripovijedanje. Nadalje, učenici glazbene grupe počeli su tražiti glazbu.
9. tjedan	Dok je dizajn likova bio u izradi, grupa za animaciju počela je s radom. Instalirani su programi vezani uz montažu i testirani od strane skupine za tehničko planiranje. Scenaristi su kreirali dijaloge u digitalnom pripovijedanju.
10. tjedan	Nastavljena su istraživanja vezana uz programe i procese oblikovanja likova. Dizajneri likova kontinuirano su dobivali povratne informacije od suigrača i voditelja projekta.
11. tjedan	Dizajn likova i proces animacije su završeni, a učenicima koji su bili u montažnoj skupini dani su podaci o animaciji (uključujući tehničko planiranje i glazbu). Montažna skupina je počela s radom.
12. tjedan	Vizuali su uređivani u jednom od računalnih programa, a glazba je odabrana iz arhive koju su studenti izradili. Napravljena je snimka za pripovijedanje i efekt je primjenjen na snimljeni glas. Na kraju su svi materijali uvezeni u drugi računalni program kako bi se sastavila animacija.

Nakon pilot projekta napravljena je evaluacija prema povratnim informacijama studenata i bilješkama istraživača; a istraživači su otkrili da je za scenarij utrošeno više vremena nego što se očekivalo te da se rasporedom projekta nije moglo dobro upravljati zbog drugih kolegija studenata. Stoga je glavni projekt koji je realiziran u proljetnom semestru 2014.-2015. osmišljen po strogom rasporedu i unutar 10 tjedana. Glavni projekt slijedio je gotovo iste korake kao i pilot, samo je dodan zadnji dio. Iako ovi koraci nisu jedini postupci za implementaciju digitalnog pripovijedanja, nastavnici ih u svojim učionicama mogu koristiti za integraciju ili korištenje tehnologije za stvaranje digitalnog pripovijedanja.

Nalazi su pokazali da je u ovom projektu implementacija digitalnog pripovijedanja poboljšala vještine timskog rada s mnogih aspekata. Razvio je međusobno povjerenje između članova tima i rezultirao odgovornošću prema članovima grupe i projektu. Također je naznačeno da su se kao rezultat ovog projekta učenici razvijali uviđajući svoje pogreške i učeći od drugih članova. Nadalje, ovaj je projekt pomogao studentima u smislu preslikavanja svojih ideja drugim članovima kako bi došli do boljeg rješenja. Osjećali su se slobodnim izraziti se i podijeliti svoje ideje; to je povećalo njihovu motivaciju. Osim toga, zbog toga što su suradnici, stvarno su uživali u projektu, što je izazvalo veću uključenost u proces i veće zadovoljstvo timskog rada. općenito,

Prema nalazima ovog istraživanja, vještine timskog rada učenika su se povećale s aspektima i sposobnostima prikazanim na slici 2.



Lik5. Timski rad i povezane vještine (Öztürk i Tunç, 2017.)

c) Slučaj 3. Digitalno pripovijedanje kroz model gamifikacije timskog rada

Ovaj slučaj je noviji u odnosu na prethodne. Chujitarom (2020.) proveo je projekt na Tajlandu s ciljem razvoja digitalnog pripovijedanja kroz korištenje modela timskog rada gamifikacije za poticanje inovativne računalne umjetnosti. Uzorak je uključivao 6 stručnjaka iz srodnih područja i 35 studenata preddiplomskog studija. Metodologija istraživanja može se podijeliti u četiri faze:

Faza 1 - razvoj digitalnog pripovijedanja kroz model timskog rada u igri za stvaranje inovacija računalne umjetnosti. Ovo je uključivalo:

- Studiju teorija i srodnih istraživanja,
- Analiza i sintetizacija istraživačkog okvira,
- Dizajn i razvoj modela, uglavnom usmjerenog na digitalno pripovijedanje, timski rad, gamifikaciju, računalnu umjetnost, inovacije i dizajn instrukcija
- Uspostavljanje mjernog alata,

2. faza - evaluacija i certificiranje digitalnog pripovijedanja kroz model timskog rada gamifikacije za poticanje inovativne računalne umjetnosti. Ovo je uključivalo:

- Dostavljanje modela 6 stručnjaka na ocjenu u smislu njegove prikladnosti.
- Razvijanje modela prema prijedlozima stručnjaka
- Sintetiziranje modela u obliku dijagrama.

Faza 3 uključivala je implementaciju modela pomoću uzorka grupe od 35 studenata preddiplomskog studija, akademska godina 2018., Fakultet digitalne umjetnosti Sveučilišta Rangsit. Od njih se tražilo da jedni drugima ispričaju priču tumačeći tekst pjesme. Ista pjesma je korištena za cijelu grupu. Svaka je osoba mogla ispričati svoju priču na kreativan način, uključujući bilo koje likove, prema svojoj osobnoj zamisli. Stoga su svi oni djelovali kao pripovjedači, a zamoljeni su da kreiraju priču kroz proces digitalnog pripovijedanja.

Također su bili odlučni raditi kao tim tako što su bili predani timskom uspjehu i zajedničkim ciljevima, bili su međuovisni, demonstrirali međuljudske vještine, demonstrirali otvorenu komunikaciju i davali i primali pozitivne povratne informacije, razumijevanje odgovarajućeg sastava tima ključno je za stvaranje uspješnog tima. Tim i predanost timskim procesima, pokazujući vodstvo i prihvatanje odgovornosti. Zadatak je bio da svatko mora napisati priču i početi stvarati kratku animaciju na temelju vlastitih kreativnih ideja, jednu rečenicu po pjesmi. Zatim su svi stvorili kratku animaciju i spojili cijelu pjesmu. Rezultat je jedan dugi glazbeni animacijski video u kojem su svi sudjelovali razmišljajući i stvarajući po jednu rečenicu. To štedi vrijeme kada je u pitanju stvaranje dugog glazbenog animacijskog videa.

Faza 4 - mjerjenje inovacija računalne umjetnosti.

35 učenika koji čine uzorak imali su priliku pogledati montažnu animaciju, koja je rezultat računalne umjetničke inovacije iz razvijenog modela. Nakon toga ispunili su upitnik koji ima 2 opcije 'Da' i 'Ne', sastoji se od 3 pitanja o ishodu inovativnog računalnog umjetničkog proizvoda Originalnost, Ekonombska ili socijalna korist i Ideja o znanju i kreativnosti.



Lik6. Model procesa istraživanja (Chujitarom, 2020).

Svih 6 stručnjaka složilo se da je razvijeni model na najvišoj odgovarajućoj razini u smislu kreiranja računalne umjetničke inovacije. 35 učenika u uzorku složilo se da je rezultat razvijenog modela na visokoj odgovarajućoj razini u smislu unapređenja inovativne računalne umjetnosti.

Iz svih nalaza može se zaključiti da primjena digitalnog pripovijedanja na gamifikaciju i timski rad može dovesti do kvalitetne inovativne računalne umjetnosti. To može uštedjeti vrijeme proizvodnje, minimizirati proračun, povećati produktivnost, potaknuti originalnost i biti korisno za današnje gospodarstvo. Kao rezultat toga, digitalno pripovijedanje, gamifikacija i timski rad mogu se koristiti za stvaranje inovativne računalne vještine. To će na mnogo načina pomoći razvoju digitalne ekonomije.

d) Slučaj 4. Suradnički digitalni video projekt u tehnološkom okruženju za učenje

U ovom izvješću, Hafner i Miller (2011.) objasnili su dizajn nastavnog plana i programa i provedbu tečaja engleskog za znanost i tehnologiju (EST) na sveučilištu u Hong Kongu. Glavna komponenta kolegija bio je digitalni video projekt usmjeren na studente, u kojem su studenti izradili i podijelili multimodalni znanstveni dokumentarac. Niz novih tehnologija i Web 2.0 platformi (uključujući YouTube i Edublogs) integriran je u proces projekta kako bi se stvorilo tehnološki bogato okruženje za učenje. Sudionici ove studije bili su iz skupine od 67 sveučilišnih studenata znanosti koji su sudjelovali na tečaju u EST-u.

Tečaj je prvenstveno organiziran oko studentskog projekta English for Science. Studenti su dobili projektni upitnik, sličan naputcima za praktični laboratorij ili projektni rad iz vlastitih disciplina, u kojima je detaljno opisan postupak jednostavnog eksperimenta.

Kako bi dovršili projekt studenti su radili u grupama od po tri na:

1. napraviti pozadinsko istraživanje i razviti hipotezu za eksperiment;
2. provesti pokus, dokumentirajući postupak i rezultate;
3. prezentirati nalaze kolegama iz razreda u obliku multimodalnog znanstvenog dokumentarca (grupni rad do 7. tjedna tečaja) i pisanog znanstvenog izvješća (individualni rad do 14. tjedna).

Poduzete su brojne mjere kako bi se olakšalo zajedničko učenje na projektu digitalnog videa. Kako bismo pomogli studentima u formiraju projektih timova, zamolili smo ih da razmisle o ulogama koje bi trebali imati u dovršenju projekta: istraživač, terenski radnik, scenarist, redatelj, glumac, snimatelj i montažer. Sudionicima je savjetovano da identificiraju kolege s komplementarnim interesima i vještinama. Kako bismo pomogli polaznicima u upravljanju vremenom, dali smo jasne ciljeve za različite faze projekta i pregledali napredak s učenicima u nastavi. Na primjer, očekivalo se da dovrše prikupljanje podataka do 4. tjedna tečaja i da razviju svoj scenarij do 5. tjedna. Na kraju, kako bismo im pomogli u praćenju grupne dinamike u svom timu, zamolili smo ih da procijeniti učinkovitost rada svog tima, ispunjavanjem kratkog upitnika o mogućim problemima. Glavna svrha ove posljednje strategije bila je podizanje svijesti učenika o potencijalnim problemima i pružanje platforme za raspravu o takvim problemima ako se ukaže potreba.



U fazi planiranja polaznici su naučili koristiti razne internetske tražilice i online baze podataka kako bi locirali i procijenili informacije relevantne za njihov eksperiment. Taj je proces bio podržan radionicom čitanja u razredu, koja je imala oblik Webquesta (Dodge, 1995.) i imala je za cilj razviti vještine kritičke pismenosti. U fazi snimanja i montaže, naučili su koristiti DV kamere za snimanje slika i filmova te softver za uređivanje za dodavanje naracije, glazbe, teksta i jednostavnih efekata kao što su prijelazi. Ovo su postigli kroz dvije video radionice u razredu: Prva radionica, u 3. tjednu, bila je usmjerena na stvaranje digitalne priče pomoću Photostory 3 za Windows; druga, u 6. tjednu, bila je sesija rješavanja problema. Uz tehnološke alate uvedene u razred, tehnička podrška za niz drugih alata (npr. Windows MovieMaker, iMovie) bio je dostupan putem mrežnih vodiča i screencasta na web-mjestu predmeta, a studenti su potaknuti da istraže i koriste ove druge alate. Konačno, u fazi dijeljenja, studenti su svoje videozapise prenijeli na YouTube kanal tečaja. Oni su zatim ugrađeni u weblog kolegija, omogućujući studentima da objavljaju komentare i povratne informacije o konačnim proizvodima. Ovo online dijeljenje nadopunjeno je sesijom dijeljenja licem u lice u razredu, u kojoj su polaznici međusobno gledali dokumentarne filmove i davali povratne informacije. Cilj ove sesije bio je omogućiti studentima priliku da pokažu svoj rad i proslave nastanak dokumentarnih filmova.

Komentari sugeriraju da su sudionici smatrali da je projekt digitalnog videa nov, zabavan, izazovan i smislen. Njihovi komentari također pokazuju da su puno uložili u projekt digitalnog videa i bili motivirani da preuzmu kontrolu nad mnogim aspektima svog učenja: samostalno vježbanje i korištenje engleskog u pripremi svojih videa, samostalno istraživanje interneta u potrazi za informacijama, rad kao tim za praćenje međusobnog učenja, traženje i pružanje vršnjačke podrške za pitanja jezika i sadržaja, koristeći Weblog tečaja kao online prostor za razmišljanje o učenju.

e) Slučaj 5. IOGGA- Ispričaj mi svoju priču



IOGGA (Inside Out: Rastuća rodna svijest) bio je tečaj obuke koji je odobrila Europska komisija i koji je uključivao 24 sudionika iz 9 zemalja, a održan je u Felsöörsu u Mađarskoj pod vodstvom i domaćinom Udruge Anthropolis. U ovom neformalnom okruženju za učenje, cilj treninga bio je povećati rodnu svijest u aktivnostima s mladima koje izvode društveni akteri u Europi. Jedan od specifičnih ciljeva bio je promišljanje osobnih priča i stereotipa u našem društvenom okruženju. Kako bi se postigao ovaj specifični cilj, osmišljena je i provedena dvosatna sesija. Sudionici su bili podijeljeni u 6 grupa, tako da je svaka skupina imala po 4 člana.

- Svaki član svake grupe podijelio je uspomenu o svom životu u svojoj grupi
- Svaki član grupe počeo je pričati priču drugome na flipchartu (koristeći tekst, crteže, simbole itd.)
- Ostali članovi grupe dodavali su jedni drugima priče svojim vlastitim perspektivama i maštom.
- Tako je svaki član grupe vidio svoju priču kroz oči i maštu tri različite osobe.
- Priče na flipchartovima su prikupljene, a njihove fotografije snimljene i prenesene na digitalne medije. Tako su svi koji su pohađali trening imali digitalnu priču.

Kao što se može vidjeti, digitalna priča ovdje je prebačena u digitalno okruženje nakon što je kreirana konkretnim materijalima poput papira i olovke, umjesto da je kreirana izravno u digitalnom okruženju. Ovo je jedna od metoda koja se može koristiti u digitalnom pripovijedanju. Na kraju ove sesije komunikacija i suradnja među sudionicima se povećala; formira se timski duh; međusobno povjerenje i empatija su se povećali te je postignuta veća učinkovitost od sljedećih sesija.

Reference

- Bencsik, A. (2009). Timski rad u obrazovanju. Problemi obrazovanja u 21. stoljeću, 10, 9-20.
- Chujitarom, W. (2020). Digitalno pripovijedanje kroz model timskog rada za poticanje inovativne računalne umjetnosti. ČASOPIS TEM, 9(2), 550-565.
- Cunsolo Willox, A., Harper, SL, Edge, VL (2013). 'Moja riječ': Laboratorij za pripovijedanje i digitalne medije i vlada zajednice rigolet inuita. Kvalitativna istraživanja, 13(2), 127-147.
- Driskell, JE, Salas, E., & Driskell, T. (2018). Temelji timskog rada i suradnje. američki *Psiholog*, 73, 334–348.
- Hafner, CA i Miller, L. (2011). Poticanje autonomije učenika na engleskom za znanost: suradnički digitalni video projekt u tehnološkom okruženju za učenje. Učenje jezika i tehnologija, 15 (3), 68-86
- Hathorn, P. (2005). Korištenje digitalnog pripovijedanja kao alata za opismenjavanje za mlade srednjoškolce u centru grada. The Charter Schools Resource Journal, 1(1), 32-38
- Johnson D, W., Johnson, RT, & Johnson-Holubec, E. (1998). Suradnja u razredu. (7. st.). Edina, MN: Knjiga o interakciji.
- Oliver, R. (2001). Razvijanje okruženja za e-učenje koje podržavaju izgradnju znanja u visokom obrazovanju. U S. Stoney & J. Burn (Urednici). Rad za izvrsnost u e-ekonomiji. (str. 407-416). Churchlands: Australija, We-B centar.
- Ozturk, A. & Özlem, A. (2017). Učinak projekta digitalnog pripovijedanja na vještine timskog rada srednjoškolaca likovne kulture. Časopis za obrazovne i nastavne studije u svijetu, 7, 46-56.
- Petrucco, C. (2013). Digitalno pripovijedanje za učinkovit team building i razvoj kompetencija. EDULEARN13 Zbornik radova, 6159-6165
- Richardson, V. (2003). Konstruktivistička pedagogija. Zapisnik učiteljskog fakulteta, 105, 1623-1640.
- Tarricone, P. & Luca, J. (2002.) Uspješan timski rad: studija slučaja, u Quality Conversations, Proceedings of the 25th HERDSA Annual Conference, Perth, Western Australia, 7-10. srpnja, str. 640
- Vygotsky, L. (1978). Um u društvu. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Yang, YT. C. i Wu, WC. I. (2012). Digitalno pripovijedanje za poboljšanje akademskih postignuća učenika, kritičkog razmišljanja i motivacije učenika: jednogodišnja eksperimentalna studija. Računala i obrazovanje, 59(2), 339-352
- Yuksel, P., Robin, B. & McNeil, S. (2011). Obrazovna upotreba digitalnog pripovijedanja diljem svijeta. U M. Koehler & P. Mishra (Urednici), Proceedings of SITE 2011 –



Erasmus+

Međunarodna konferencija Društva za informacijsku tehnologiju i obrazovanje učitelja (str. 1264-1271).

