



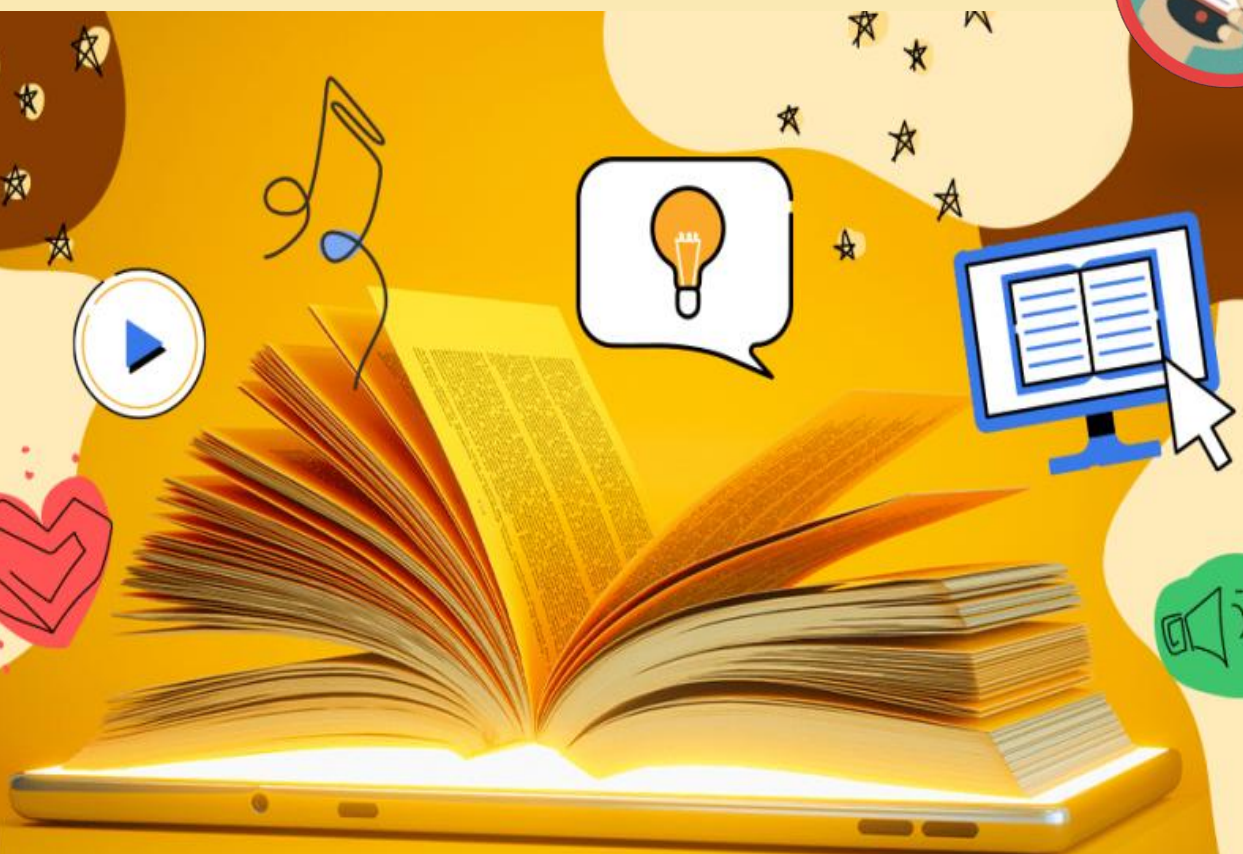
StoryLand



TOOLKIT VOOR DIGITALE STORYTELLING



*Wat je moet weten om jouw eigen
verhaal voor te bereiden*



**Projectnaam:**

- ✓ New E-Artistic English Learning Approach For Adults

Projectnummer:

- ✓ 2020-1-TR01-KA227-ADU-098764

Projectleider:

- ✓ Van Provincial Education Directorate – Turkey

Projectpartners:

- ✓ Zavod Boter - Slovenië
- ✓ UC LIMBURG - België
- ✓ Sportsko učilište PES - Kroatië
- ✓ Van Edremit Halk Eğitimi Merkezi - Turkije
- ✓ RS Planlama Proje İnşaat Eğitim Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi - Turkije

"Gefinancierd door het Erasmus+ programma van de Europese Unie. De Europese Commissie en het Turkse nationale agentschap kunnen echter niet aansprakelijk worden gesteld voor het gebruik van de informatie die erin is vervat"



Erasmus+

Inhoud

Hoofdstuk 1 Digitale basisvaardigheden voor het gebruik van digitale hulpmiddelen	9
Communiceren.....	10
a) Formele en informele communicatie	10
b) Hoe een e-mail te versturen	11
1) E-mailbijlagen.....	14
2) Hoe een bestand bij jouw bericht voegen	14
3) Ontvangen van e-mails met bijlagen en bescherming.....	15
4) Hoe weet ik of e-mailbijlagen veilig zijn om te downloaden?	15
c) Sociale media en sociale betrokkenheid.....	16
Transactie.....	17
Online winkelen	17
1) Registreren.....	17
2) Zoeken of bladeren naar koopwaar.....	18
3) Online een aankoop doen.....	19
4) Afronden van het uitchecken en betalen	21
5) Hoe veilig te winkelen.....	22
Veilig en legaal online zijn.....	24
a) Privacy-instellingen en -maatregelen	25
b) Met een korreltje zout om de privacy te beschermen	26
c) Vermijd spam	26
d) Werk jouw e-mail regelmatig bij.....	26
e) Slimme en verborgen wachtwoorden	27
f) Hoe slimme wachtwoorden kiezen?.....	28
g) Hoe ons wachtwoord te beschermen?	29
h) Wat te doen als iemand jouw wachtwoord heeft gestolen?.....	29
i) Gebruik van cookies en privacy	30
j) Hoe kan ik cookies beheren?	30
Digitale basisvaardigheden	31
a) Verbinding maken met het internet	31
b) Gebruik van een browser.....	32
c) Wachtwoorden veilig houden.....	33
Omgaan met informatie en inhoud	34
a) Gebruik van zoekmachines	34





Erasmus+

b) Begrip van de betrouwbaarheid van inhoud	35
Probleemoplossing.....	36
a) Inleiding.....	36
b) Online handleidingen gebruiken.....	37
c) Opmerkelijke websites.....	38
Delen	40
a) Inleiding.....	40
b) Meest voorkomende vormen van het delen van inhoud	40
1) Sociale media post	40
2) Verhaal / Story	40
3) Blogpost / Artikel	40
c) Voordelen van het delen van inhoud.....	41
d) Doelgroep.....	41
e) Belangrijke tips.....	42
f) Inhoud delen op sociale media	42
g) Cureren van inhoud	43
h) Legaal delen van inhoud	43
1) Ervoor zorgen dat je de juiste inhoud deelt.....	43
2) Jouw perspectief aanbieden	43
3) Krediet geven aan de auteur.....	43
i) Inhoud van anderen delen.....	43
1) Voor blogs	43
2) Voor afbeeldingen.....	43
3) Voor sociale media.....	44
j) Zorg dat anderen je inhoud delen	44
1) Gebruik afbeeldingen van goede kwaliteit	44
2) Je kan jouw sociale media shares stimuleren	44
3) Deel inhoud met andere mensen of bedrijven.....	44
4) Voeg knoppen voor delen toe (waar van toepassing)	44
5) Deel de inhoud van anderen.....	44
6) Houd jouw inhoud actueel.....	44
7) Als je wil dat iets significant gedeeld wordt, wat je kan doen is je volgers vragen om te blijven delen	44
Hoofdstuk 2 De stappen van het creëren van een digitaal verhaal	44
Onderwerp kiezen.....	45





Erasmus+

De juiste boodschap kiezen	47
a) Ken je doelgroep	47
b) Maak contact met je doelgroep	47
c) Weet welk doel je met je verhaal wilt bereiken	48
d) Ondersteun je verhaal met beelden en feiten	48
e) Maak het relevant en specifiek	48
f) Gebruik spanning in je storytelling	49
Het genereren van het script / Het organiseren van het verhaal	49
Selecteren van beeld- en geluidsmateriaal voor het verhaal	51
Een voorbeeld van digitale storytelling (gemaakt met Powtoon)	52
Hoofdstuk 3 Literatuuronderzoek naar digitale storytelling	56
Digitale storytelling	56
a) Storytelling	56
b) Digitale Storytelling	57
c) De opkomst en geschiedenis van digitale storytelling	58
d) Definities	59
e) 21ste eeuwse digitale storytelling	59
f) De soorten van digitale storytelling	61
1) Persoonlijke verhalen	61
2) Verhalen die historische gebeurtenissen onderzoeken	62
3) Verhalen die informeren of instrueren	62
g) De kernelementen van digitale storytelling	62
1) Standpunt	63
2) Een dramatische vraag	63
3) Emotionele inhoud	63
4) De gave van je stem	64
5) De kracht van de soundtrack	64
6) Zuinigheid	64
7) Tempo	64
h) Het process van het maken van een digitaal verhaal	65
1) Selectie van het onderwerp	65
2) Onderzoek doen naar het onderwerp	65
3) Het schrijven van de eerste versie van het script	66
4) Feedback krijgen op het scenario	66
5) Correctie van het scenario	66



Erasmus+

6) Beelden zoeken, produceren en toevoegen	67
7) Aandacht voor auteursrechten	67
8) Het maken van het storyboard	67
9) Het maken van de geluidsopname	67
10) Achtergrondmuziek toevoegen	67
11) Het creëren van het digitale verhaal.....	68
12) Het delen van het digitale verhaal	68
i) Tools voor digital verhalen vertellen	68
j) Onderwijs en digitale storytelling.....	69
1) Voor leerkrachten	69
2) Voor studenten	72
k) Digitale Storytelling in het volwassenenonderwijs.....	74
l) Onderzoeken naar digitale storytelling en volwassenenonderwijs	75
Referenties.....	77
Hoofdstuk 4 Meer technische details voor materialen van digitale storytelling	83
Hoe verbeter je je fotografische vaardigheden?	84
a) Hoe maak je een foto met je smartphone, stap voor stap	84
1) Maak jouw lens schoon.....	84
2) Tik op het scherm om het beeld scherp te stellen.....	84
3) Zoom niet in met digitale zoom	84
4) Houd je telefoon recht.....	85
5) Zorg voor een goede belichting	85
6) Leer de functies van jouw camera kennen	85
7) Zet de flitser uit.....	85
8) Gebruik een fotobewerkingsapp	85
9) Houd je telefoon stil.....	85
10) Oefenen, oefenen, oefenen	85
b) Composities in jouw foto	86
c) Wat betekenen gezichtspunt en perspectief precies?	87
1) Kikkerperspectief vs. vogelperspectief	88
2) Ooghoogte	90
3) Keuze van uitrusting.....	91
Fotobewerkingsprogramma's	91
a) Adobe Photoshop Express	92
b) GIMP	93



Erasmus+

c) Paint.NET.....	93
d) Pixlr Editor.....	94
e) Pixlr X.....	95
Hoe maak je een screenshot?	96
a) Een schermafdruck maken met de printscreen toets	96
1) Stap 1: Zoek de print screen toets	96
2) Stap 2: Gebruik een screenshot in een tekstbestand	97
3) Stap 3: Sla een screenshot op	97
b) Een screenshot maken met het knipgereedschap.....	98
1) Stap 1: Open het knipgereedschap.....	98
2) Stap 2: Selecteer het juiste deel van jouw scherm	98
3) Stap 3: De screenshot opslaan	98
Programma's voor het bewerken van een video.....	98
a) MoviePlus Starter Edition	98
b) ShotCut.....	98
c) Avidemux	99
d) Gratis video-editor	99
e) iMovie	99
f) Video Toolbox	99
g) Magisto	99
h) WeVideo.....	100
i) Looper	100
j) YouTube	100
Audio toevoegen aan video's.....	100
Hoofdstuk 5 Samenwerken bij Digitale Storytelling	105
Toewijding aan teamsucces en gedeelde doelstellingen, met teamleden die gemeenschappelijke doelstellingen hebben	108
Onderlinge afhankelijkheid.....	109
Interpersoonlijke vaardigheden.....	110
Open communicatie en positieve feedback	110
Passende samenstelling van het team.....	111
Commitment aan teamprocessen, leiderschap & verantwoording	112
Teamwerk en digitale storytelling	113
a) Idee 1: Visuele poëzie	113
b) Idee 2: Boekentrailers	114



Erasmus+

c) Idee 3: Nieuwsbericht	114
d) Idee 4: Videobiografie	115
e) Idee 5: Interviews	115
f) Idee 6: Public Service Announcements	115
Casusvoorbeelden	116
a) Casus 1. Digitale storytelling voor effectieve teambuilding en competentieontwikkeling	116
b) Casus 2. Het effect van een digitaal storytelling project op samenwerkingsvaardigheden	118
c) Casus 3. Digitale storytelling door middel van teamwork gamification model	121
d) Casus 4. Een collaboratief digitaal videoproject in een technologische leeromgeving	122
e) Casus 5. IOGGA- Vertel me je verhaal	124
Referenties	126

Lijst van tabellen

Tabel 1. Taken en mediums voor online communicatie	10
Tabel 2. Vergelijking van verbale storytelling en digitale storytelling	58
Tabel 3. De zeven elementen van digitale storytelling	62
Tabel 4. Tools voor het digitaal vertellen van verhalen	69
Tabel 5. Richtlijnen digitale storytelling voor opvoeders (Robin, 2016)	70
Tabel 6. Vaardigheden verbeterd door het digitale vertelproces	74
Tabel 7. Stappen van het toevoegen van audio	101
Tabel 8. Het sollicitatieproces (Öztürk and Tunç, 2017)	118

Lijst van figuren

Figuur 1. De soorten van digitale storytelling	61
Figuur 2. Stappen voor het maken van een digitaal verhaal	65
Figuur 3. De convergentie van digitale storytelling in het onderwijs	73
Figuur 5. Teamwerk en gerelateerde vaardigheden (Öztürk and Tunç, 2017)	120
Figuur 6. Het process van het onderzoeksmodel (Chujitarom, 2020)	122





Erasmus+

Hoofdstuk 1

Digitale basisvaardigheden voor het gebruik van digitale hulpmiddelen



Communiceren

a) Formele en informele communicatie

Voor effectieve communicatie is het van essentieel belang te weten hoe je je boodschap overbrengt aan het beoogde publiek. Eerst moet je erachter komen wat je in je boodschap wilt zeggen. Er zijn stappen die je kan nemen om te bepalen hoe je jouw boodschap op de meest productieve manier kunt overbrengen. Afhankelijk van de aard van de interactie, moeten gebruikers het meest geschikte communicatiekanaal kiezen. Stel vast wat voor soort bericht je verstuurt. Je moet jezelf het volgende afvragen:

- Is jouw bericht formeel of informeel?
- Moet deze informatie refereerbaar zijn?
- Is deze informatie dringend of tijdgevoelig?
- Geef je vertrouwelijke of gevoelige informatie door?
- Is deze informatie algemeen of specifiek?
- Communiceer je met een individu of met een groep?
- Is de persoon een collega, een hogergeplaatste, of iemand aan wie je leiding geeft?
- Moet je een boodschap overbrengen aan jouw team of aan het hele bedrijf?
- Gaat het om eenrichtings- of tweerichtingscommunicatie (d.w.z., is er een antwoord nodig)?

De keuze van het medium hangt vooral af van de situatie waarin we ons bevinden. Hier volgen enkele voorbeelden:

Tabel 1. Taken en mediums voor online communicatie

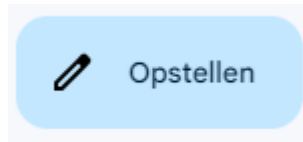
Taak	Medium
1. Je moet de werknemer een breed onderwerp uitleggen dat verband houdt met het werk.	Organiseer een Zoom / Google Meet meeting.
2. Vraag een document aan bij de overheid.	Gebruik zakelijke communicatieplatforms / -toepassingen (e-mail, Skype).
3. Je moet een online vergadering regelen met een potentiële klant.	Stuur een officiële e-mail naar de afdeling en maak een afspraak.
4. Organiseer een lunch.	Bel of e-mail en geef details van uw verzoek.
5. Een diepgaand gesprek met een vriend over een niet-werkgerelateerd onderwerp.	Stuur een bericht via Messenger, Instagram, Viber, Telegram of stuur een sms.
6. Een formele ontmoeting met de HR-afdeling aanvragen.	Neem privé contact op met een persoon.



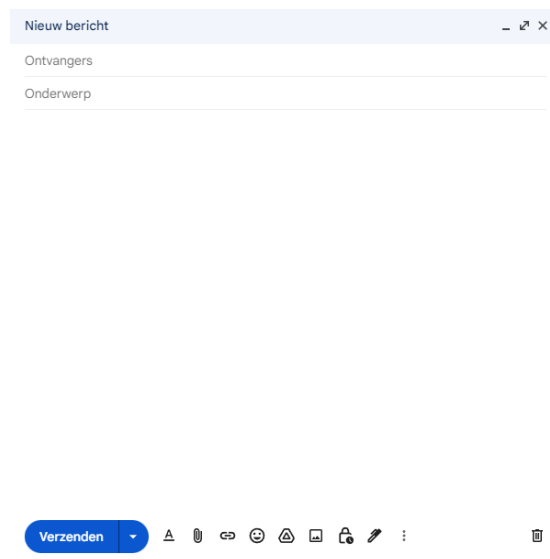
Erasmus+

b) Hoe een e-mail te versturen

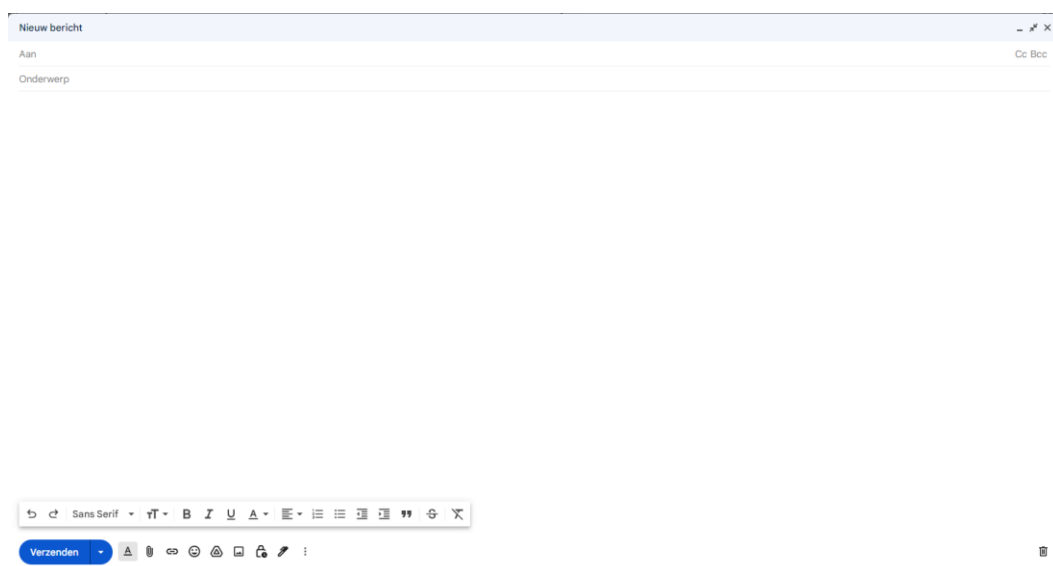
E-mailen is voor de meeste mensen vanzelfsprekend. Maar er komt meer bij kijken dan alleen opstellen en verzenden. Er is een heleboel extra opmaak die je kunt doen. Als dit de eerste keer is dat je Gmail gebruikt en je hebt al een account aangemaakt, klik dan op de knop "Opstellen" linksboven.



Dit opent het nieuwe berichtvenster.



Klik op de pijl naast de X in de linkerbovenhoek. Dit maakt het bericht groter; klik er nogmaals op om terug te keren naar de normale grootte.





Erasmus+

De kleine knop met de klok zet de e-mail in vertrouwelijke modus. Vertrouwelijke modus ontnemt de persoon de mogelijkheid om het bericht door te sturen, af te drukken of te kopiëren. Je kan ook grenzen stellen aan wanneer het bericht verloopt, en een code vereisen.

Vertrouwelijke modus

Ontvangers kunnen deze e-mail niet doorsturen, kopiëren, afdrukken of downloaden. [Meer informatie](#)

VERVALTIJD INSTELLEN

Verloopt over 1 week ▼ wo 17 aug. 2022

TOEGANGSCODE VEREISEN

Alle toegangscodes worden gegenereerd door Google. [?](#)

☒ Geen sms-toegangscodes ☐ Sms-toegangscodes

Annuleren

Opslaan

De inhoud van een e-mailbericht is in wezen de brief in de enveloppe. Bedenk hoe je een brief leest die je per post ontvangt. Je opent de enveloppe en vouwt het papier open om de inhoud van het bericht te bekijken.

Grote opening fotografiestudio!

stancoop@gmail.com, emcasarosa82@gmail.com

Grote opening fotografiestudio!

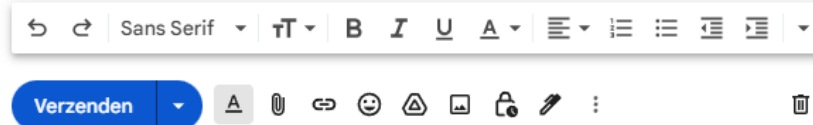
Hallo iedereen,

Ik heb heel spannend nieuws voor jullie! Aanstaaende **zaterdag** is de grote opening van mijn nieuwe studio, **EC Photography**! Ik zou het leuk vinden als jullie konden komen. Het zal van 10:00 tot 4:00 zijn. Er zal entertainment zijn en veel eten, dus kom en geniet van de festiviteiten!

Ik hoop jullie daar te zien!

Elena Casrosa

EC Photography Studio
555-919-4889
emcasarosa82@gmail.com

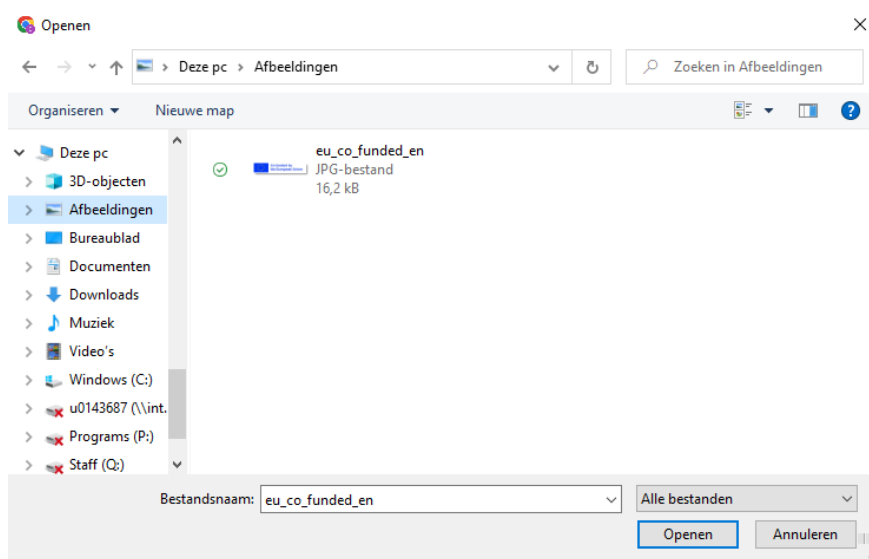


1) E-mailbijlagen

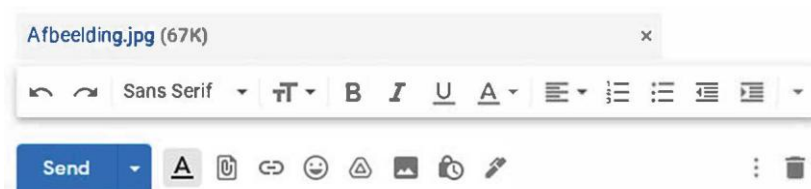
Een populair gebruik van e-mail is het verspreiden van computerbestanden (tekstbestanden, documenten, spreadsheets, PDF's). Dit wordt bereikt door een bestand aan een e-mailbericht te "hechten" en het bestand vervolgens samen met het bericht naar de ontvanger te sturen. Bijna elk type gegevensbestand kan als bijlage bij een e-mailbericht worden gevoegd. De bijlage kan verschillende formaten en grootten hebben. Het kan gaan om een tekstbestand, gescande bestanden, formulieren, foto's en video's.

2) Hoe een bestand bij jouw bericht voegen

Onderaan het venster van uw bericht klikt u op "Bijvoegen". Het is een paperclip knop. Dit opent een nieuw berichtvenster. Kies de bestanden die je wil uploaden. Dubbelklik op een bestand of klik op "Openen". Je kan meerdere bestanden tegelijk uploaden.

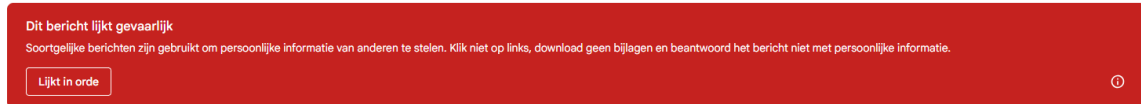


Het bestand is nu bijgevoegd. Het is raadzaam om het bijgevoegde bestand ergens in de hoofdtekst van de e-mail te vermelden voordat u deze verstuurt, zowel in formele als informele situaties. Geef het een paar seconden om het bestand te uploaden. Bijgevoegd bestand verschijnt onderaan het berichtvenster. Jouw bericht met een bijlage is opgesteld.



3) *Ontvangen van e-mails met bijlagen en bescherming*

Gmail kan je waarschuwen dat het ontvangen bericht mogelijk kwaadaardige bestanden bevat. Als je de afzender kent, hoef je je geen zorgen te maken. Het is echter wel de moeite waard om te controleren of de afzender echt de persoon is die je denkt dat hij/zij is.



Wanneer je met de muisaanwijzer over het bijgevoegde bestand beweegt, verschijnen er drie knoppen boven de miniatuur. Je kan het bestand downloaden op jouw computer, opslaan op jouw Drive (Google's opslag waar je bestanden kan opslaan), of, als bijgevoegd bestand een foto is, opslaan in jouw foto-opslag.



4) *Hoe weet ik of e-mailbijlagen veilig zijn om te downloaden?*

Het versturen van bijlagen creëert helaas een mogelijkheid voor de verspreiding van malware. E-mailprogramma's openen bijlagen normaal gesproken niet automatisch, dus worden er andere methoden gebruikt om de ontvanger ervan te overtuigen de bijlagen handmatig te openen. Dit wordt "social engineering" genoemd, een aanval die is ontworpen om je een actie te laten ondernemen - om op de bijlage te klikken. Aanvallers bedenken voortdurend nieuwe social engineering-tactieken om gebruikers ertoe te verleiden schadelijke programma's te installeren (de bijlage te openen).

Hoe weten we of een bijlage veilig is om te downloaden?

Enkele recente social engineering-tactieken via e-mail zijn:

- Aangepaste persoonlijke berichttekst ("Beste John, ..." of "Bekijk de bijgevoegde factuur voor ...")
- De naam van de afzender vervalsen zodat het lijkt alsof het van een bekende komt ("some-name@uiowa.edu")
- Het bericht dreigend maken ("uw account zal worden afgesloten tenzij u ...")
- Het bericht er officieel uit laten zien ("support@microsoft.com")
- De bijlage er onschuldig laten uitzien ("my_vacation pictures.php")



Erasmus+

c) Sociale media en sociale betrokkenheid

Een sociaal netwerk is een websitegemeenschap die gebruikers in staat stelt met elkaar in contact te komen en hun gedachten, activiteiten, foto's, video's en andere media met elkaar te delen. Het is een online netwerk van vrienden en familie, met inbegrip van vroegere schoolmaten, collega's en burens. Verschillende sociale-mediaplatforms worden voor specifieke doeleinden gebruikt. Zo is het uiten van creativiteit het meest gebruikelijk op TikTok of Instagram; of het promoten van iemands carrière is gebruikelijk op LinkedIn.

Je kan elk type sociale media op verschillende manieren gebruiken. Hier zijn vier belangrijke soorten sociale media, samen met strategieën voor hoe je ze het best kan gebruiken voor jouw contactcenter:

- Blogs verspreiden jouw stem en creëren discussies met een publiek.
- Forums bieden hulp aan klanten en stellen klanten in staat anderen te helpen.
- Microblogs brengen gesprekken onder de aandacht en delen snelle stukjes informatie – kunnen ook worden gebruikt om te controleren of er belangrijke discussies zijn.
- Sociale netwerken dienen als de sociale media hub van alles wat een lid van het netwerk wil delen van nieuws, evenementen, video's, enquêtes, polls, en het creëren van een gemeenschap rond discussies.

Sociale media vertegenwoordigt voor een groot deel het landschap waar jij, jouw vrienden (of zelfs jouw klanten) met elkaar in contact kunnen komen. Iedereen kan met jou in contact treden. Helaas creëert dit een kans voor de verspreiding van malware....

Hier volgen een paar tips om jouw persoonlijke gegevens veilig te houden op sociale media:

- Houd persoonlijke info persoonlijk.
- Verifieer vriendverzoeken en blokkeer nepaccounts.
- Log uit op jouw accounts wanneer je ze gebruikt.
- Gebruik een sterk wachtwoord en gebruik een wachtwoordmanager.
- Voeg twee-factor authenticatie toe voor elk sociaal account.
- Stel beveiligingsantwoorden in en werk jouw privacy-instellingen bij.
- Controleer regelmatig jouw mailbox om verdachte inlogpogingen te controleren.

Denk eraan dat zelfs links die van vrienden lijken te komen, soms schadelijke software kunnen bevatten of deel kunnen uitmaken van een phishingaanval. Als je ook maar enigszins achterdochtig bent, klik er dan niet op. Neem eerst contact op met jouw vriend om de geldigheid van de link te verifiëren. Zorg er ook voor dat je weet hoe je de privacyinstellingen van de sociale media die je gebruikt, kan openen en gebruiken. Als je een gebruiker bent van Facebook, Twitter of LinkedIn en wilt weten hoe je de privacyinstellingen van sociale media beheert, kan je hier meer lezen: <https://www.socialpilot.co/blog/ultimate-guide-manage-social-media-privacy-settings>

Transactie

Online winkelen

Misschien heb je wel eens gehoord van de term "e-commerce" of "electronic commerce". Het verwijst naar online zakentransacties. Het wordt gedefinieerd als "de aankoop van producten of diensten via het internet". Online winkelen is vooral praktisch voor shoppers voor wie winkelen in de echte wereld onhandig kan zijn. Bijna elke grote detailhandelaar heeft tegenwoordig een online-verkooppunt en biedt een vergelijkbare, zo niet uitgebreide selectie aan als wat je in hun fysieke winkels vindt.

Winkelen via internet is eigenlijk heel eenvoudig; alles wat je nodig hebt is jouw computer en een creditcard - en een internetverbinding. De online winkelervaring is vergelijkbaar van detailhandelaar tot detailhandelaar. Je doorloopt meestal een proces van meerdere stappen, van ontdekken tot bestellen, afrekenen en betalen.

1) Registreren

Sommige websites vragen je een account aan te maken om een aankoop te kunnen doen. Op de meeste websites kan je afrekenen als gast. Als je van plan bent een site regelmatig te gebruiken en een account aan te maken, kan je overwegen om jezelf te registreren, omdat het proces van bestellen/betalen dan veel sneller gaat.

Klanten slaan hun persoonlijke gegevens op (e-mail, volledige naam, adres) om een met een wachtwoord beveiligd profiel aan te maken. Je moet ervoor zorgen dat jouw wachtwoorden sterk, lang en verschillend zijn voor elke site waar je winkelt. Dit maakt het moeilijker voor jouw account om gehackt te worden, wat jouw privacy verder beschermt.

De gebruiker moet meestal reageren op een e-mail "Registratie bevestigen" die hem na een succesvolle registratie wordt toegestuurd om zijn e-mailadres te verifiëren en zijn account te activeren. De gebruiker doet dit door te klikken op een unieke activeringslink die hem via e-mail wordt toegestuurd.

amazon.nl

Account aanmaken

Je naam
Voor- en achternaam

Mobiel nummer of e-mail

Wachtwoord
Minstens 6 tekens
Wachtwoorden moeten uit minstens 6 tekens bestaan.

Voer wachtwoord opnieuw in

Doorgaan

Door het creëren van een account gaat u akkoord met de Algemene Voorwaarden van Amazon. Raadpleeg en bekijk hier onze Privacykennisgeving, onze Cookieverklaring en ons beleid inzake op interesses gebaseerde advertenties.

Heb je al een account? Inloggen

amazon

E-mailadres verifiëren

Om uw email te verifiëren, hebben we een code gestuurd naar ellen.muller@ucll.be (Wijzigen)

Code invoeren

Amazon-account maken

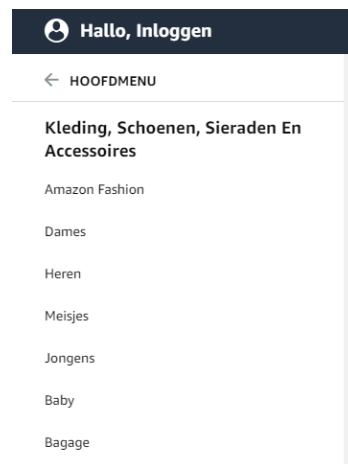
Door het creëren van een account gaat u akkoord met de Algemene Voorwaarden van Amazon. Raadpleeg en bekijk hier onze Privacykennisgeving, onze Cookieverklaring en ons beleid inzake op interesses gebaseerde advertenties.

Code nogmaals versturen

2) Zoeken of bladeren naar koopwaar

Nadat je hebt bepaald waar je wil winkelen, moet je door de verschillende productcategorieën op die site bladeren of de zoekfunctie van de site gebruiken om een specifiek product te vinden.

Online bladeren door productcategorieën is vergelijkbaar met het bladeren door de afdelingen van een winkel. Je klikt meestal op een link om toegang te krijgen tot een grote productcategorie en klikt vervolgens op andere links om subcategorieën binnen de hoofdcategorie te bekijken. De hoofdcategorie kan bijvoorbeeld kleding zijn; de subcategorieën kunnen heren-, dames- en kinderkleding zijn. Als je op de link “Heren” klikt, zie je een lijst met verdere subcategorieën: Bovenkleding, Overhemden, Broeken, en dergelijke.



Als je op zoek bent naar een specifiek artikel, kan je de woorden invoeren in het zoekvak van de site en een lijst krijgen van specifieke artikelen die aan jouw criteria voldoen.



Sites laten je vaak de resultaten op verschillende manieren sorteren en filteren. Meestal door voorkeurskenmerken over het artikel aan te vinken (type, merk, recensies, prijs, enz.).

3) Online een aankoop doen

Wanneer je voor goederen of diensten betaalt met jouw betaalkaart, heb je de mogelijkheid om de betaling op twee verschillende manieren te laten verlopen. Het kan het volgende zijn:

- Een offline transactie via een kredietkaartverwerkingsnetwerk
- Een online transactie via een EFT-systeem, waarvoor een persoonlijk identificatienummer (PIN) nodig is om het proces te voltooien

Ergens op elke pagina met productbeschrijvingen moet een knop staan met de tekst “Kopen”, “Nu kopen”, “Toevoegen aan winkelwagentje” of iets dergelijks. Je moet handmatig op die knop klikken om jouw bestelling te plaatsen.

Terug naar resultaten

PCs For Dummies Paperback – 25 december 2015
Engels editie | Dan Gookin (auteur)
★★★★☆ 358 beoordelingen

Alle verschijningsvormen en edities zien

Kindle-editie € 17,09 | **Paperback € 19,79** | Digitaal —

Lezen met onze Gratis app | 5 Nieuw vanaf € 19,17

The bestselling PC reference on the planet—now available in its 13th edition
Completely updated to cover the latest technology and software, the 13th edition of PCs For Dummies tackles using a computer in friendly, human terms. Focusing on the needs of the beginning computer user, while also targeting those who are familiar with PCs, but need to get up to speed on the latest version of Windows. This hands-on guide takes the dread out of working with a personal computer. Leaving painful jargon and confusing terminology behind, it covers Windows 9 OS, connecting to and using services and data in the

Meer lezen

Printlengte: 360 pagina's | Taal: Engels | Uitgever: For Dummies | Publicatiedatum: 25 december 2015 | Afmetingen: 18.8 x 2.05 x 23.5 cm | ISBN-10: 1119041775

Vaak samen gekocht

Totaalprijs: € 77,29

Nieuw kopen: € 19,79
Adviesprijs: € 22,50
Bespaar: € 2,71 (12%)
Prijzen zijn inclusief btw.

GRATIS Bezorging zaterdag, 13 augustus. Bestel binnen 4 u 35 m
Bezorgen in België
Op voorraad.

Aantal: 1

In winkelwagen
Nu kopen

Veilige transactie
Verzonden vanuit Amazon
Verkocht door Amazon

amazon prime
☐ Ja, ik wil GRATIS Express-verzending met Amazon Prime
☐ Cadeau-opties toevoegen

Op lijst zetten

Wanneer je op de knop "Kopen" klikt, wordt dat specifieke artikel toegevoegd aan jouw virtuele winkelwagentje. Het kan zijn dat je in de rechterbovenhoek een icoontje ziet van een karretje met een aantal artikelen. Dit hangt af van de detailhandelaar.

Nadat je producten (of diensten) in een winkelwagentje hebt geplaatst, heb je de aankoop nog niet voltooid. Je kan zelfs besluiten om jouw winkelwagen te verlaten en op dit moment niets te kopen.



Erasmus+

Nadat je een product hebt besteld en in jouw winkelwagentje hebt geplaatst, kan je ervoor kiezen om andere producten op die site te kopen of om naar de kassa van de site te gaan.

In de volgende stap kan je jouw aankoop bekijken. De kassa biedt je nog een laatste mogelijkheid om jouw bestelling te wijzigen. Het bestaat meestal uit een of meer webpagina's met formulieren die je moet invullen. Controleer of je de gewenste artikelen en de juiste hoeveelheid hebt besteld. Als je besluit een artikel niet te kopen, kan je het verwijderen. Misschien heb je ook de mogelijkheid om verschillende soorten verzending voor jouw bestelling te kiezen. Veel handelaren bieden zowel normale als versnelde verzending. Sommige bieden je ook de mogelijkheid om alle artikelen te groeperen voor lagere verzendkosten. Houd in gedachten dat het veranderen van type verzending de verzendkosten kan beïnvloeden.

Winkelwagen



PCs For Dummies
van Dan Gookin
Paperback
Op voorraad.
Kont in aanmerking voor gratis bezorging
☐ Dit is een cadeau. Meer informatie
Aantal: 1

Prijs
€ 19,79

Subtotaal (1 item): **€ 19,79**

☒ Je bestelling komt in aanmerking voor gratis bezorging. Selecteer deze optie bij de kassa. Beperkingen van toepassing

Subtotaal (1 item): **€ 19,79**
☐ Deze bestelling bevat een cadeau

Vaak opnieuw gekocht in Levensmiddelen



Monster Energy Ultra...
★★★★☆ 15
€ 19,99

Nieuw adres toevoegen

Bespaar tijd. Vul je huidige locatie automatisch in.

Land/regio

België

Volledige naam

Telefoonnummer

[Waarom?](#)

Gebouw, verdieping (optioneel)

Straat, huisnummer, busnummer

Postcode

Stad

☐ Maak dit mijn standaardadres

De site onthoudt misschien sommige van jouw persoonlijke gegevens van jouw vorige bezoek of als je jouw gegevens tijdens het registratieproces hebt ingevoerd. Je hoeft ze alleen maar te bevestigen.



Erasmus+

4) Afronden van het uitchecken en betalen

Om verder te gaan naar de volgende stap, moet je misschien klikken op "Plaats jouw bestelling" of iets dergelijks. De ontvanger moet ook alle vakjes invullen die met een sterretje zijn gemarkeerd, zoals e-mail, naam en adres. Idealiter moet je ook jouw telefoonnummer invoeren, voor het geval de vervoerder moet bellen om leveringsafspraken te maken. Sommige websites hebben jouw bevestiging nodig dat je hun algemene voorwaarden hebt gelezen, dus vergeet niet ook dit vakje aan te vinken en klik vervolgens op doorgaan naar de volgende stap.

☒ Ik heb de algemene voorwaarden gelezen en ga ermee akkoord *

GA DOOR NAAR DE VOLGENDE STAP of **GA TERUG**

Vul ten slotte jouw creditcard- of bankpasgegevens en eventuele andere benodigde informatie in. Klik op "Kaartgegevens bevestigen" als je akkoord gaat met de betaling.

Meer betaalopties

Betalen met Bancontact

Gebruik Bancontact om je Belgische bankrekening te koppelen en aankopen te doen. [Meer informatie](#)

► [Betalen met Bancontact](#)



Creditcards of betaalpassen

Amazon accepteert gangbare creditcards en betaalpassen.

Creditcard of betaalpas toevoegen



Betalen met iDEAL

Gebruik iDEAL om aankopen te doen. [Meer informatie](#)

► [Betalen met iDEAL](#)



Cadeaubonnen en promotiecodes

► [Voer een cadeaubon- of promotiecode in](#)



Verder

Je kunt deze bestelling nog bekijken voordat hij definitief wordt.

Voer de kaartnaam en het kaartnummer in (zonder spaties of streepjes) en selecteer de vervaldatum. De verkoper en de klantenservice agent is niet in staat om het volledige kaartnummer te zien zonder toestemming van jouw bank.

In de volgende stap verschijnt een bericht van jouw bank en wordt er om het wachtwoord gevraagd. Tegelijkertijd wordt een eenmalig wachtwoord via sms naar hun mobiele telefoon gestuurd, dat wordt gebruikt om de identiteit te verifiëren. Met One Time Passwords is het eenvoudig om nieuwe gebruikers te authenticeren, account logins te beveiligen, en transacties veilig te stellen.



Erasmus+

Dat is alles wat er bij komt kijken. Je winkelt, bekijkt het product, plaatst een bestelling, gaat naar de kassa, en betaalt. De meeste online handelaren sturen je ook een bevestigingsbericht met dezelfde informatie via e-mail.

Nadat je een transactie hebt verricht, druk je deze af of bewaar je de transactiegegevens. Het bijhouden van een papieren spoor van jouw aankoop is waardevol voor het geval je later iets moet betwisten.

Denk eraan nooit contant geld per post te versturen, gebruik te maken van een geldovermakingsdienst, jouw burgerservicenummer te geven of creditcardgegevens via e-mail te versturen. Legitieme winkeliers zullen hier nooit om vragen. Doe je dat wel, dan is dat een duidelijke aanwijzing dat je op het punt staat opgelicht te worden.

Afdeling

Boeken

Computers & internet

Literatuur & fictie

Politiek & overheid

Sociale wetenschappen

Kindle Store

Engelse e-books

Andere talen computer- & internetboeken

Klantbeoordeling

★★★★★ en meer

★★★★★ en meer

★★★★★ en meer

★★★★★ en meer

Boekvorm

Gebonden

Paperback

Taal van boek

☐ Engels

Staat

Nieuw

Verkoper

☐ Amazon.nl

☐ Book Depository NL

☐ ukbooks_de

☐ BOOKS etc

☐ Brook Bookstore

☐ Boulevard Online

☐ premium-books-europe

☐ Rarewaves NL

☐ TheGlobalBuyer

☐ TML Bookstore

Beschikbaarheid

☐ Inclusief niet op voorraad

5) Hoe veilig te winkelen

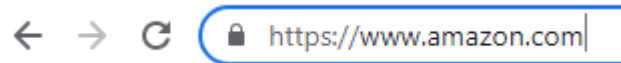
Je vraagt jezelf misschien af: "Welke algemene voorzorgsmaatregelen moeten worden genomen bij het uitvoeren van online transacties?". Het is een goed idee om wat onderzoek te doen naar wat je koopt en bij wie je koopt. Om gevoelige informatie zoals kredietkaartnummers te beschermen, moet je het gebruik van openbare WIFI of openbare pc's, zoals computers in





Erasmus+

bibliotheeken, vermijden. Als je op een onbekende site winkelt, let dan op "https://" en het hangslotsymbool in de adresbalk. Dit geeft aan dat de site SSL-gecodeerd is, wat betekent dat hij de nodige beveiliging biedt om jouw persoonlijke informatie beter te beschermen.



Zorg ervoor dat de online verkoper zijn contactinformatie duidelijk zichtbaar weergeeft en meerdere manieren biedt om contact op te nemen. Je wilt de verkoper kunnen bellen als er iets misgaat en niet alleen op e-mail vertrouwen.

Welkom bij de klantenservice

Je kunt de meeste dingen hier zelf oplossen of we brengen je met iemand in contact als dat nodig is.

Waar heb je vandaag hulp bij nodig?

 Je bestellingen Pakketten traceren Bestellingen bewerken of annuleren	 Retourzendingen en terugbetalingen Items retourneren of ruilen Retourmaillabels printen	 Apparaatondersteuning Hulp en ondersteuning voor apparaat zoeken Problemen met apparaat oplossen
 Prime beheren Meer informatie over Prime-voordelen Prime-lidmaatschap annuleren	 Betaalopties Betaalmethoden toevoegen of bewerken Verlopen creditcard bewerken	 Je account Beheer je accountvoorkeuren Update aanmeldingsgegevens
 Iets verdachts melden Oplichting via telefoon, sms-bericht of phishing-e-mail	 Cadeaubonnen en saldo opwaarderen Saldo bekijken of een cadeaubon verzuiveren	 Contact Neem contact op met onze klantenservice via telefoon of chat

Browse door Hulp-onderwerpen

Zoek in de hulpbibliotheek

Kijk naar het retourbeleid en de tevredenheidsgarantie van de site. Je wilt er zeker van zijn dat er voor je gezorgd wordt als je niet tevreden bent met wat je besteld hebt.

Items retourneren die u hebt besteld U kunt veel items retourneren die op Amazon.nl zijn verkocht. Wanneer u een item retourneert, ziet u mogelijk verschillende retouropties, afhankelijk van de verkoper, het item of de reden voor retourzending. BEKIJK BESTELLINGEN	Retourzendingen beheren Ontvang de laatste informatie over je huidige retourzendingen MEER RETOUREN BEKIJKEN
Retourzendingen van cadeaus Bestelling-id Bijvoorbeeld: 123-1234567-1234567. Waar vind ik dit?  Bestelling-id (met koppeltkens) Zoeken	

Veelgestelde vragen

~ Wat kan ik retourneren?

Alle producten die je bij Amazon of bij Marketplace-verkopers hebt gekocht, kunnen tot 30 dagen na ontvangst worden geretourneerd, mits zij compleet, ongeopend en in hun originele staat zijn. In krimpfolie verpakte en/of verzegelde datadragers kunnen alleen geretourneerd worden in de ongeopende folieverpakking of met een onbeschadigd zegel.

Meer informatie over [Beleid voor retourzendingen](#)

~ Wanneer ontvang ik de terugbetaling?

Meestal binnen 2-3 weken. De meeste terugbetalingen vinden plaats binnen 3-5 dagen nadat we je retourzending hebben ontvangen en verwerkt.

Meer informatie over [Geschatte retourzendingen](#)

~ Biedt Amazon vervangingen en omruilingen?

Ja, je kunt op deze pagina vervangings- en ruilbestellingen plaatsen door op Items retourneren te klikken en de instructies te volgen. Als je een beschadigd of defect item hebt ontvangen, sturen we je een vervangingsvoorbeeld van hetzelfde item. Als je dit item wilt omruilen voor een ander, kun je een andere maat of kleur van het item aangeven in je winkelwagen.

Meer informatie over [Vervangingen en reclamaties](#)

Voor meer informatie over ons retourbeleid ga je naar [Retourzendingen en terugbetalingen](#)





Erasmus+

Een gerenommeerde site moet je vertellen of een artikel op voorraad is en hoe lang het duurt voordat het wordt verzonden.

€27⁹⁹

GRATIS Bezorging zaterdag, 13 augustus

Of snelste Bezorging vrijdag, 12 augustus. Bestel binnen 21 u 34 m

Bestemming:

Op voorraad.

Aantal: 1 ▼

In winkelwagen

Nu kopen

Bij veel winkeliers kun je ook via PayPal betalen met een creditcard of bankpas, of via een elektronische overschrijving van je bank. Het is aan te bevelen om jouw debet/creditcardgegevens niet op te slaan bij het doen van een online aankoop. Zo vermijd je elk risico dat de kaartgegevens worden gestolen. Hoewel het een beetje onhandig lijkt om elke keer dat je iets wilt kopen jouw gegevens in te voeren.

Enkele mogelijke betaalmethoden zijn:

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

Online betaaldiensten zoals PayPal bewaren jouw creditcardgegevens op een beveiligde server, zodat je aankopen via hen kunt doen, zonder gevoelige informatie aan winkeliers te onthullen.

Veilig en legaal online zijn

Het internet, of met andere woorden het Internet (internationale term voor "inter-netwerk"), is in het algemeen een computernetwerk dat verschillende netwerken met elkaar verbindt. Zoals zijn eigen naam al aangeeft, is het internet een publiek toegankelijk internationaal verbonden

computersysteem, samen met informatie en diensten voor gebruikers. Het systeem maakt gebruik van het pakketschakelbare TCP/IP-communicatieprotocol. Het grootste internet wordt dan ook gewoon internet genoemd. De vaardigheid om netwerken op deze manier met elkaar te verbinden wordt internetwerking genoemd. In gewone termen verwijst het Internet vaak naar diensten zoals het World Wide Web (WWW), e-mail, en online chat.



a) Privacy-instellingen en -maatregelen

Dit is wat je moet overwegen als het gaat om online veiligheid:

- Stel jouw browser zo in dat je op het web kan surfen zonder een spoor achter te laten.
- Zorg voor slimme privacy-instellingen op sociale media. Deel op geen enkele manier en in geen enkel geval het wachtwoord met vrienden, vriend/vriendin, enz. Zelfs de nauwste banden kunnen verbroken worden, maar als iemand ons wachtwoord heeft, kan hij veel dingen voor je doen (identiteitsdiefstal) en je veel schade berokkenen.
- Lees de gebruiksvoorwaarden van de online of mobiele diensten die je gebruikt en zoek uit aan wie iedereen de informatie kan doorgeven die we op hun site invoeren.
- Wees voorzichtig bij het invullen van online formulieren. Je kan ook rustig nadenken over bepaalde informatie. Bedenk waarom ze die informatie over jou zelfs nodig hebben.
- Maak naast jouw persoonlijk e-mailadres nog een ander adres aan, waarvan niet duidelijk is wie je bent (bijvoorbeeld planar (@) mojmail.com). Gebruik het voor inzendingen op websites, forums, enquêtes, enz. Dit geeft je meer anonimiteit.
- Verzamel in chatrooms, online games, forums, misschien zelfs een blog, een slimme bijnaam die niets verradt over wie je bent. Het gebruik van cookies tast op de een of andere manier ook onze privacy aan, dus het is raadzaam om cookies uit te schakelen of op zijn minst regelmatig te verwijderen, vooral advertentienetwerkcookies.
- Reageer niet op e-mails waarin persoonlijke en financiële informatie van je wordt gevraagd. Legitieme bedrijven zullen nooit dergelijke verzoeken per e-mail of online versturen.
- Bescherm de inhoud van jouw blog, website, profiel, fotogalerij, enz. die niet voor het grote publiek bestemd is met een wachtwoord dat alleen bekend is bij diegenen waarvan



Erasmus+

je wilt dat zij jouw inhoud kunnen bekijken. Maak jouw e-mailadres niet openbaar. Spammers controleren websites en doorzoeken alles wat op een geldig emailadres lijkt.

- Beantwoord nooit ongevraagde e-mails (d.w.z. spam), en probeer ook niet om je af te melden via links in dergelijke berichten. Op die manier bevestig je alleen maar aan de afzenders dat het om een actief e-mailadres gaat, met als gevolg dat je nog meer van dergelijke berichten ontvangt.
- Verstuur geen kettingbrieven - deze genereren lijsten met e-mailadressen die door spammers worden verzameld.

b) Met een korreltje zout om de privacy te beschermen

Laten we eens kijken welke foto's van onszelf, onze kinderen, enz. we online publiceren. Wat eenmaal is gepubliceerd, is moeilijk te verwijderen, omdat we niet weten waar het zich heeft verspreid ... Zo nu en dan "googelen" wij - wij voeren onze naam en achternaam in de zoekmachine op het web in en controleren aan de hand van de resultaten wat er over ons op het web is gepubliceerd. We controleren jouw website, blog of online gemeenschapsprofiel om te zien of het jouw persoonlijke informatie kan bevatten, die we niet met iedereen willen delen. We moeten ons ervan bewust zijn dat het voor iedereen toegankelijk is via zoekmachines! Wij publiceren niet vrijelijk online onze contactgegevens, naam, achternaam, telefoonnummer, woonadres, e-mail adres, messenger en andere persoonlijke gegevens, zoals geboortedatum, creditcardnummer, belastingnummer, etc. Wij geven onze privacy en informatie niet prijs aan vreemden online, ook al lijken we hen goed te kennen. We weten niet echt wie ze zijn. Wees ook voorzichtig bij het gebruik van de webcam: houd hem uit als je hem niet gebruikt. Laten we ons ervan bewust zijn dat het een venster is waardoor zelfs ongenode personen kunnen gluren in onze privacy, ons appartement en ons gezinsleven..

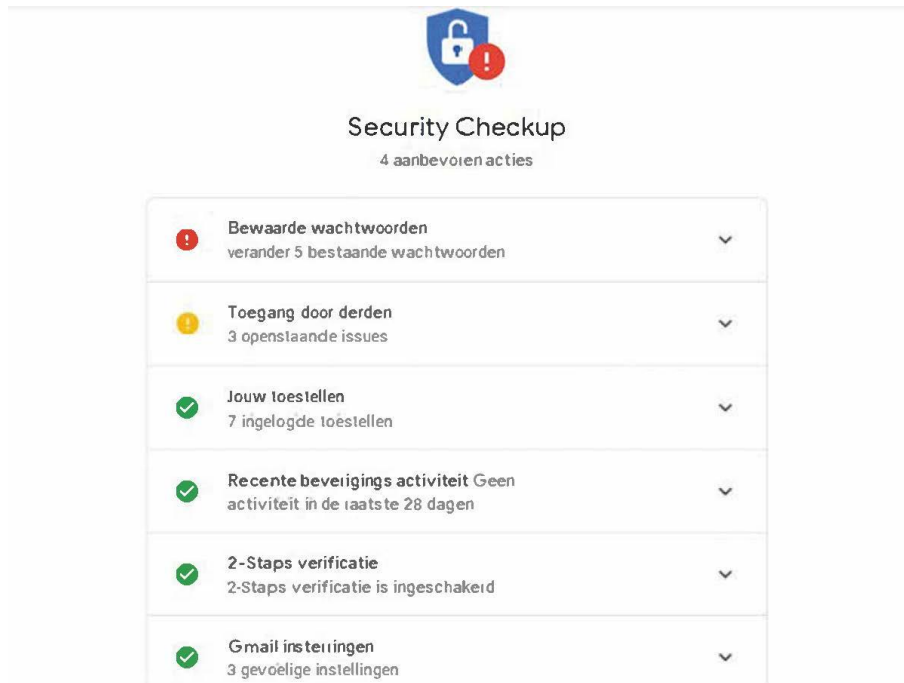
c) Vermijd spam

We maken ons e-mailadres niet publiekelijk bekend. Spammers controleren websites en doorzoeken alles wat op een geldig e-mailadres lijkt. We moeten nooit reageren op ongevraagde e-mails (d.w.z. spam), noch proberen om ons uit te schrijven via links in dergelijke berichten. Dit bevestigt alleen maar aan de afzenders dat het een actief e-mailadres is en wij nog meer spam ontvangen. Wij versturen geen kettingbrieven - deze genereren lijsten met e-mailadressen die door spammers worden verzameld.

d) Werk jouw e-mail regelmatig bij

Wanneer we ons registreren op verschillende applicaties en sociale netwerken, moeten we bijna altijd wat contactinformatie opgeven. Dit is meestal op zijn minst een e-mailadres, maar vaak ook een telefoonnummer. Hoewel het verstandig is om zo min mogelijk persoonlijke informatie te delen op sociale media, zijn zowel jouw e-mailadres als telefoonnummer de belangrijkste contactgegevens wanneer je jow wachtwoord bent vergeten. Daarop stuurt het sociale netwerk ons instructies of een code waarmee we het wachtwoord kunnen resetten. Wanneer wij het e-

mailadres wijzigen en het oude niet meer gebruiken, of een nieuw telefoonnummer bedenken, corrigeren wij deze informatie in de instellingen van het sociale netwerk. Als we geen toegang hebben tot het ingevoerde e-mailadres of telefoonnummer, kunnen we het wachtwoord niet resetten en gaat de account in de meeste gevallen verloren, samen met de toegang tot alle berichten.



Het is raadzaam om twee verschillende opties te hebben, zodat het sociale netwerk contact met ons kan opnemen. Dit kunnen twee werkende e-mailadressen zijn of een e-mailadres en een telefoonnummer. Als we bijvoorbeeld het wachtwoord van de e-mail vergeten, dan kunnen we een bevestigingscode krijgen op het telefoonnummer als we het e-mailadres willen wijzigen. Sommige sociale netwerken en applicaties bieden andere vormen van hulp in geval van vergeten wachtwoorden. Als het enigszins mogelijk is, maken we daar gebruik van. Facebook heeft de optie om sommige vrienden als "vertrouwd" aan te merken en als we het wachtwoord willen resetten, stuurt het de code naar een van deze vrienden.

e) Slimme en verborgen wachtwoorden



In geen geval en onder geen enkele voorwaarde delen we het wachtwoord met vrienden of partners. Zelfs de nauwste banden kunnen worden verbroken, maar als iemand ons wachtwoord heeft, kan hij veel dingen in onze naam doen (identiteitsdiefstal) en ons veel schade berokkenen. Wij gebruiken veilige wachtwoorden voor onze online activiteiten (e-mails, chatrooms, fora, blogs ...). Wij veranderen deze wachtwoorden vaak. Wij gebruiken onze persoonlijke gegevens niet voor wachtwoorden. Wij beschermen inhoud op onze blog, website, profiel, fotogalerij, enz. die niet voor het grote publiek bestemd is met een wachtwoord dat alleen bekend is bij degenen voor wie wij onze inhoud willen kunnen bekijken.

f) Hoe slimme wachtwoorden kiezen?



Gebruik geen persoonlijke gegevens zoals jouw naam, achternaam, geboortedatum ... Denk na over welke andere informatie een brede kring van mensen over je weet: de naam van jouw hond / kat / hamster, jouw favoriete groep, enz. - Ook dit zijn geen slimme wachtwoorden. In het algemeen zijn de woorden die je in het woordenboek vindt geen goede wachtwoorden, een combinatie van minstens acht tekens is beter, die hoofdletters en kleine letters moet bevatten, evenals een aantal cijfers of interpunctie. De gemakkelijkste manier om een ingewikkeld wachtwoord te onthouden is het te verbinden met een zin die iets voor ons betekent, bijvoorbeeld "Er was eens." Dit kan geschreven worden met initialen, die ook vervangen worden door cijfers en tekens: 1-xn0-x. Het is goed om verschillende wachtwoorden voor verschillende accounts te hebben.

Als iemand één wachtwoord van je steelt of raadt, heeft hij geen toegang tot alle andere accounts. Je kunt dezelfde basis nemen en letters toevoegen, afhankelijk van welk account het is. Bijvoorbeeld, Facebook: 1-xn0-x # FB, Twitter: 1-xn0-x # TW, Gmail: 1-xn0-x # GM, enz.

g) Hoe ons wachtwoord te beschermen?



Vertrouw wachtwoorden aan niemand toe! Verander af en toe jouw wachtwoord Het is niet het verstandigst om het op te schrijven, want iemand kan het vinden. Het is ook beter om je wachtwoord niet door de browser te laten opslaan, maar het altijd zelf in te typen. Dit versterkt ook jouw geheugencentra in de hersenen. Als je jouw wachtwoord echt niet meer weet, houd dan bij het opschrijven rekening met het volgende: markeer jouw wachtwoord niet als wachtwoord, schrijf het nooit op samen met andere informatie die nodig is voor een bepaalde registratie, codeer uw wachtwoord, bijvoorbeeld: verander de letters.

Vergeet niet om je uit te schrijven telkens wanneer je jouw mailbox, profiel, enz. bezoekt. Vooral als je ze via een openbare computer hebt ingevoerd! Zorg ervoor dat niemand meekijkt als je jouw wachtwoord invoert. Het bovenstaande geldt vooral voor wachtwoorden met een smartphone slot. Als je echter een patroon op het slot gebruikt, verwijder dan de vingerafdruk op het scherm.

h) Wat te doen als iemand jouw wachtwoord heeft gestolen?



Bij het geringste vermoeden dat iemand jouw wachtwoord heeft gestolen, verander je het onmiddellijk. Voordat hij dat doet en je geen toegang meer heeft tot jouw account. Meld wachtwoorddiefstal en dus identiteitsdiefstal aan de beheerder van de webdienst waar het je is overkomen. Als je jouw account niet meer terug kunt krijgen, informeer jouw vrienden dan zo snel mogelijk om geen berichten meer te openen vanaf jouw adres, omdat je ze niet verstuurt.

i) Gebruik van cookies en privacy



De meeste cookies zijn noodzakelijk voor de normale werking van websites. Toch is het een goed idee om aandacht te besteden aan de cookies die als enig doel hebben je te volgen of kwaadaardige software op jouw computer te installeren. Houd er ook rekening mee dat sommige sites mogelijk niet werken als je alle cookies blokkeert. Met sommige browsers kan je cookies op elke pagina afzonderlijk accepteren of blokkeren. Op deze manier kan je aangeven dat je alleen cookies toestaat op sites die je echt vertrouwt. Gebruik anti-spyware programma's die tracking cookies scannen.

j) Hoe kan ik cookies beheren?



In jouw browser (bijv. Internet Explorer) kan je: alle cookies verwijderen; alle cookies blokkeren; alle cookies toestaan; een individuele cookie blokkeren; alle cookies verwijderen wanneer je jouw browser sluit; "private browsing" inschakelen (videogids voor Internet Explorer en Firefox); add-ons en plug-ins installeren om de functionaliteit van de browser uit te breiden.

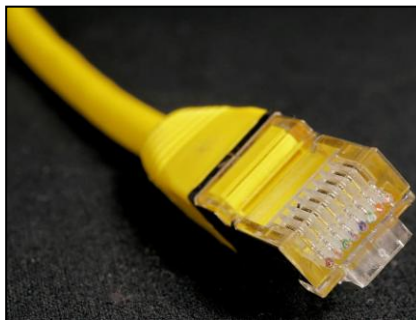
Digitale basisvaardigheden

In dit hoofdstuk word je wegwijs gemaakt in het proces van online gaan. Het internet is een onuitputtelijke bron van nuttige informatie die je kan helpen jouw werkvaardigheden te verbeteren en je algemene kennis kan verschaffen over bijna elk onderwerp in de wereld. Je kan artikelen en boeken lezen, video's bekijken, naar radio, podcasts of interviews luisteren.

Het internet wordt ook gebruikt om mensen met elkaar in contact te brengen via sociale netwerken, waarvan Facebook en Instagram de populairste zijn. Je kan ook instant messaging apps zoals WhatsApp of Viber gebruiken om te chatten of jouw vrienden te bellen. Voor jouw werk zal je meestal e-mail gebruiken, omdat dit de meest gebruikte vorm van communicatie is in het bedrijfsleven.

a) Verbinding maken met het internet

Het eerste wat je moet doen om verbinding te maken met het internet is jouw mobiele telefoon of jouw computer aansluiten op de router. Er zijn twee manieren om jouw computer met het internet te verbinden. Je kan jouw computer met een LAN-kabel of via Wi-Fi (draadloze verbinding) met een router verbinden. LAN-kabels zijn vaak geel of blauw en moeten worden aangesloten op een 'LAN'-poort aan de achterkant van je router.



Meestal is er meer dan één LAN-poort op één router, die vaak geel zijn en gemarkeerd als 'LAN 1', 'LAN 2' enzovoort. Je kan de kabel op elk van deze poorten aansluiten.



De andere kant van de kabel moet worden aangesloten op jouw computer, die meestal slechts één LAN-poort heeft. Deze bevindt zich meestal aan de linker- of rechterkant van een laptop of aan de achterkant van een desktopcomputer. Zodra de kabel zowel op de router als op de computer is aangesloten, verschijnt een LAN-verbindingsicoon in de rechterbenedenhoek van

jouw

scherm.



Laptops bieden ook een mogelijkheid om verbinding te maken met het internet via Wi-Fi. Eerst moet je het Wi-Fi-menu openen door met de linkermuisknop te klikken op het Wi-Fi-symbool in de rechterbenedenhoek van het scherm. Er verschijnt een vervolgkeuzelijst met alle beschikbare Wi-Fi-netwerken in jouw omgeving. Je moet jouw Wi-Fi-netwerk vinden en er verbinding mee maken door een wachtwoord in te voeren dat met de router werd meegeleverd.



Mobiele telefoons kunnen alleen via een Wi-Fi-verbinding met het internet worden verbonden. Je vindt Wi-Fi-instellingen in 'Instellingen' waar een soortgelijke vervolgkeuzelijst alle beschikbare Wi-Fi-netwerken zal tonen. Je moet jouw netwerk vinden en er verbinding mee maken met behulp van jouw wachtwoord. Als je niet zeker weet wat de naam of het wachtwoord van jouw router is, kijk dan of er een sticker op jouw router zit met die informatie of neem contact op met de klantenservice van jouw internetprovider.

b) Gebruik van een browser

Een browser is een programma dat wordt gebruikt om toegang te krijgen tot webpagina's. Er zijn veel verschillende browsers beschikbaar, waarvan Google Chrome en Mozilla Firefox de populairste zijn. Om Google Chrome te openen, dubbelklik je op het pictogram ervan op het bureaublad.

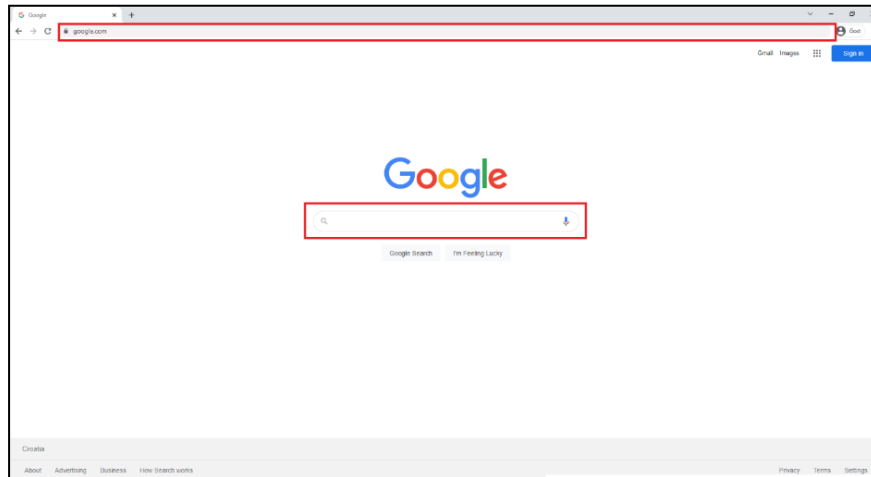


Een nieuw venster wordt geopend op jouw scherm. Bovenaan het scherm bevindt zich een lange balk waarin je de exacte webpagina kan schrijven die je wil bezoeken (www.mail.google.com of gelijkaardig) en vervolgens op “Enter” drukken om de gewenste webpagina te openen. Je kan



Erasmus+

deze balk ook gebruiken als een Google-zoekmachine. Je kan schrijven "hoe schrijf ik een goede CV?" en vervolgens druk je op "Enter" die zal de meest populaire Google-zoekopdrachten voor deze vraag tonen. Je kan ook een Google-balk in het midden van het scherm gebruiken.



c) Wachtwoorden veilig houden

Zodra je begint met het maken van een online account voor een bepaalde webpagina, zal je een wachtwoord moeten maken dat je in de toekomst zal gebruiken om toegang te krijgen tot jouw account. Het is raadzaam om jouw wachtwoord voor jezelf te houden om de veiligheid van jouw online accounts te maximaliseren. Om je te beschermen tegen online identiteitsdiefstal en soortgelijke aanvallen, is het raadzaam om verschillende symbolen in jouw wachtwoord op te nemen, zoals hoofdletters en kleine letters, cijfers of interpunctiesymbolen. Het is ook aan te raden om geen persoonlijke informatie in jouw account te gebruiken, zoals jouw naam, ID-nummer, telefoonnummer, geboortedatum of adres. Een voorbeeld van een slecht wachtwoord is 'johnsmith1995', zeker als dit de naam en het geboortjaar van de persoon is. Een veel beter wachtwoord is bijvoorbeeld 'RedCar456!', omdat dit zowel hoofdletters als kleine letters, cijfers en leestekens bevat en geen persoonlijke informatie bevat.

Zodra je jouw account hebt aangemaakt, moet je inloggen op de gewenste webpagina. Er zijn meestal twee balken, een waar je jouw e-mailadres of gebruikersnaam moet invoeren, en de andere waar je jouw wachtwoord moet invoeren. Wees heel voorzichtig om te controleren of er een optie is om ingelogd te blijven. Deze optie houdt in dat je ingelogd blijft, zelfs als je de browser sluit of zelfs als je de computer of mobiele telefoon uitzet. Zorg ervoor dat deze optie niet is aangevinkt als je bent ingelogd op het apparaat van iemand anders. Als je op jouw eigen apparaat inlogt, is ingelogd blijven erg handig omdat je het proces niet telkens hoeft te herhalen als je de website opent of de app aanzet.

Het kan gebeuren dat mensen hun wachtwoord vergeten. In deze gevallen is het mogelijk het wachtwoord te achterhalen door een geheime vraag te beantwoorden. De geheime vraag wordt door de gebruiker gekozen wanneer een account wordt aangemaakt. Het is iets eenvoudigs dat je niet kunt vergeten, zoals jouw geboorteplaats of de naam van een naast familielid.

Omgaan met informatie en inhoud

a) Gebruik van zoekmachines

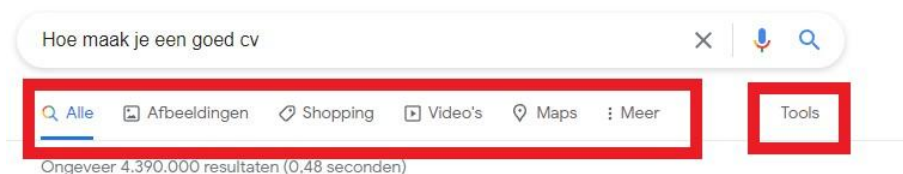
Enkele van de meest populaire zoekmachines zijn Yahoo en Google. Om een zoekmachine te gebruiken, moet je trefwoorden in de zoekbalk invoeren en op “Enter” drukken. Er verschijnt dan een lijst met websites die relevant zijn voor jouw zoekwoorden. Als je een website ziet die je wil openen, klik dan met de linker muisknop op de klikbare titel van de pagina (blauwe letters).

Zodra je begint met het invoeren van jouw zoekwoorden, zal een zoekmachine je suggesties geven in de vorm van een drop-down menu. Deze suggesties zijn uitgangen van trefwoorden of sleutelzinnen die vaak door andere mensen worden gezocht. Het is goed om deze suggesties te controleren omdat ze je een goed idee kunnen geven van wat je moet zoeken.



Nadat je op “Enter” hebt gedrukt, kan je de kwaliteit van jouw zoekopdracht verhogen door gebruik te maken van zoekmachinehulpmiddelen. Onder de zoekbalk kan je het type van jouw zoekresultaten kiezen. Je kan uitsluitend afbeeldingen of video's zoeken, of zelfs proberen een locatie in de wereld te vinden door op “Kaarten” te klikken. Dit zal je leiden naar Google Maps waar je de wereld kunt verkennen en gebruiksvriendelijke navigatie kunt vinden die nuttig kan zijn als je een reis aan het plannen bent. Je kan ook klikken op “Nieuws” en alleen recente webpagina's met artikelen zullen worden vermeld.

Als je het nieuws wil zoeken op leeftijd (bv. Je wil webpagina's vinden die 7 dagen geleden of minder zijn gemaakt omdat je het meest recente nieuws wilt), klik dan met de linkermuisknop op “Gereedschap” en het uitklapmenu voor het tijdsbestek verschijnt onder de balk met de soorten zoekresultaten. Daar kan je een tijdsinterval kiezen van wanneer de webpagina werd gemaakt (in dit geval zou “Verleden week” alle webpagina's ouder dan een week uitfilteren).



b) Begrip van de betrouwbaarheid van inhoud

Niet alle inhoud op het internet is echt of waar. Het internet is een krachtig instrument om zowel informatie als verkeerde informatie te delen. Daarom is het raadzaam om pagina's van onbekende oorsprong te vermijden. De meest betrouwbare bronnen zijn wetenschappelijke artikelen, omdat ze alle informatie over de auteur en de uitgever bevatten. Als je een artikel

tegenkomt zonder auteur of bronnen, is het raadzaam om dezelfde informatie in andere media dubbel te controleren.

Er zijn websites zoals Wikipedia, die een onofficiële encyclopedie is, wat betekent dat iedereen de informatie erop kan bewerken. Dat soort informatie kan niet worden vertrouwd als ze niet wordt ondersteund door referenties. Privéblogs zijn een andere bron van onbetrouwbare informatie omdat niemand de feiten controleert die erop worden geschreven en de auteur opzettelijk bevooroordeeld kan zijn in die mate dat hij nepnieuws verspreidt. Er zijn ook websites die worden beheerd door bedrijven die proberen om je te misleiden zodat je een product koopt dat je misschien niet nodig hebt, dat te duur is of waarvan de kwaliteit niet zo goed is als wordt geadverteerd.

Het is het beste om professionele artikelen te vinden op websites die de namen van de auteurs vermelden, zoals wetenschappelijke artikelen of krantenartikelen die zijn gepubliceerd door gevestigde instellingen zoals overheidsinstanties, non-profitorganisaties of universiteiten.

Probleemoplossing

a) Inleiding

Bij het gebruik van het internet doen zich vaak situaties voor waarin je gewoon niet weet wat je moet doen om een probleem of situatie op te lossen. Dit is een korte handleiding over wat je kunt doen als je je vast voelt zitten in een situatie en niet weet hoe je het moet oplossen.



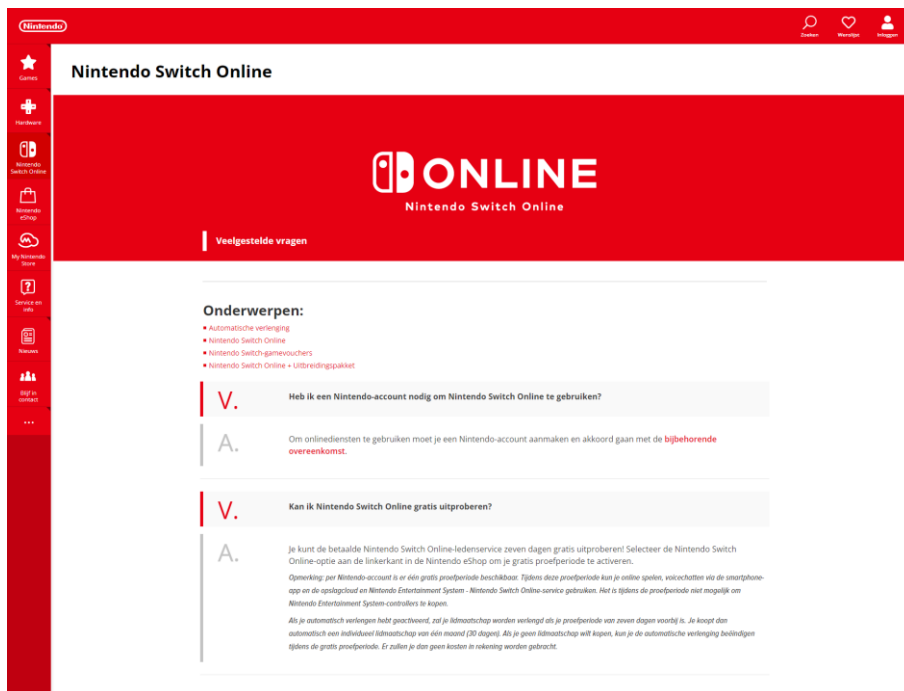
Het belangrijkste hulpmiddel hierbij is de F.A.Q. (afkorting voor "frequently asked questions").

FAQ's zijn subsecties van websites die je helpen de oplossing te vinden voor de meest voorkomende problemen die met het onderwerp te maken hebben. De meeste informatieve websites hebben een goede FAQ-sectie die je kan doornemen en die je kan helpen. Het is voordelig voor zowel jou, de gebruiker, en het bedrijf, omdat het hebben van gemeenschappelijke antwoorden helpt bij het besparen van tijd op klantenondersteuning.



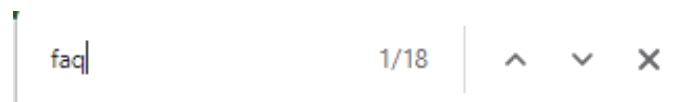
Erasmus+

In dit gedeelte zullen we eens kijken hoe je de FAQ effectief kunt gebruiken.



Deze grafiek toont de FAQ van het spelbedrijf Nintendo. Het meest opvallende hier is dat de FAQ sectie van de website duidelijk zichtbaar is. Zoals we al eerder zeiden, is het in het belang van het bedrijf om ervoor te zorgen dat de FAQ-sectie gemakkelijk te vinden is.

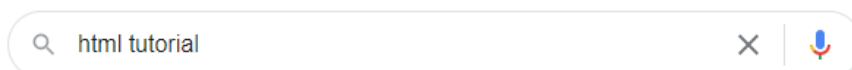
Tip: als je om de een of andere reden de FAQ-sectie niet kunt vinden, kun je proberen in je webbrowser te zoeken met Ctrl+F op pc en FAQ intypen. Dit zal een vak openen waarin je de zoekterm kan typen en kan zien hoe vaak deze wordt genoemd op een bepaalde webpagina:



Zodra je de subsectie van de pagina hebt gevonden, kan je de vragen over jouw probleem doornemen. Dit is echt eenvoudig en zodra je het antwoord leest, zal je weten hoe je het probleem moet oplossen.

b) Online handleidingen gebruiken

Naast FAQ's kan je ook gebruik maken van online websites die veel handleidingen over verschillende onderwerpen bevatten. Als je precies weet wat je probleem is, kun je er het beste naar gaan zoeken in je browser. Dat zou er als volgt uit moeten zien:

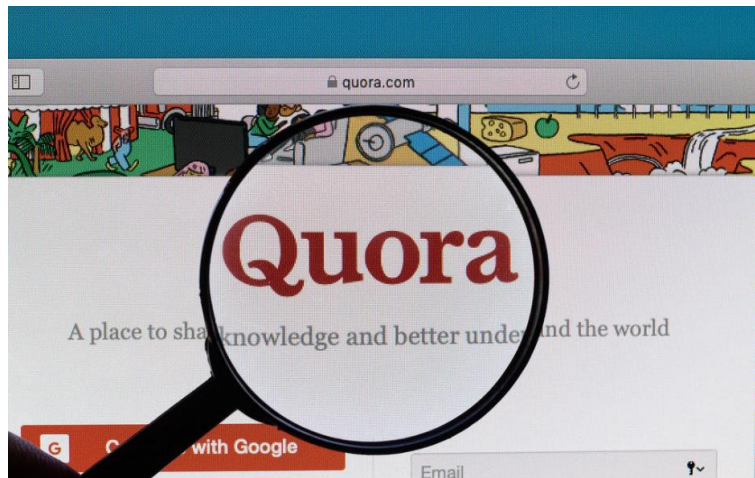


Als je zo'n zoekopdracht uitvoert, vind je een overvloed aan websites die uitleggen hoe je iets moet doen (in dit geval leer je de basis van html).

Dit is een eenvoudige manier om meerdere websites te vinden die belangrijke informatie bevatten.

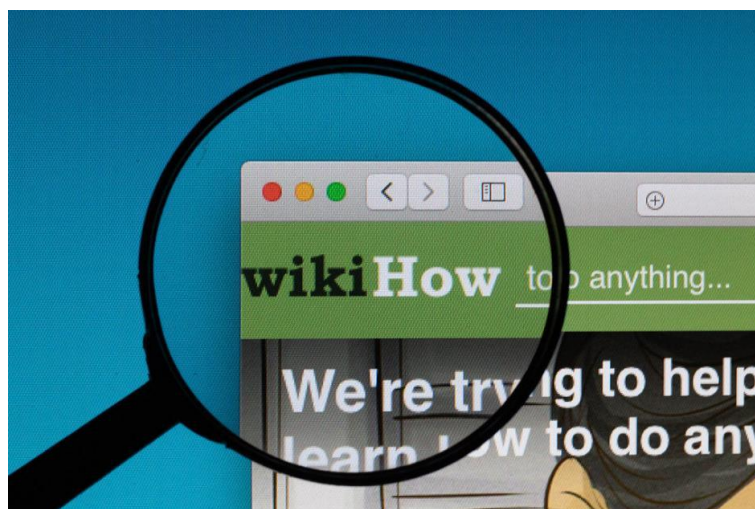
c) Opmerkelijke websites

Een goede plaats om te beginnen met vragen over iets zou Quora kunnen zijn. **Quora** is een plaats om kennis te vergaren en te delen. Het is een platform om vragen te stellen en in contact te komen met mensen die bijdragen met unieke inzichten en kwaliteitsantwoorden.



In principe is het een online forum waar je vragen kunt stellen en beantwoorden over verschillende onderwerpen, en het is behoorlijk betrouwbaar als het gaat om het oplossen van problemen in het algemeen.

Een andere website die het vermelden waard is, is **WikiHow**.



WikiHow is een online publicatie in wiki-stijl met how-to artikelen over een verscheidenheid aan onderwerpen. WikiHow werd in 2005 opgericht door internetondernemer Jack Herrick en heeft als doel een uitgebreide database van instructieve inhoud te creëren, waarbij het wiki-model van open samenwerking wordt gebruikt om gebruikers in staat te stellen inhoud toe te voegen, te creëren en te wijzigen.

Het is ongelooflijk nuttig bij het vinden van handleidingen over vrijwel elk onderwerp, de mogelijkheden zijn eindeloos. Je kan geïllustreerde gidsen vinden over van alles, variërend van hoe je voedsel kunt kruiden zonder zout, tot het accepteren van betalingen online.

Als je kennismakt met online handleidingen, kan dit een zeer nuttige plek zijn om te beginnen met het leren over het oplossen van veel verschillende problemen. WikiHow-tutorials staan erom bekend goed geïllustreerd te zijn, waardoor ze gemakkelijker te volgen zijn.

Ook heel nuttig: **YouTube**.

Zoals je waarschijnlijk wel weet, is YouTube een Amerikaans online platform voor het delen van video's en sociale media, dat eigendom is van Google.



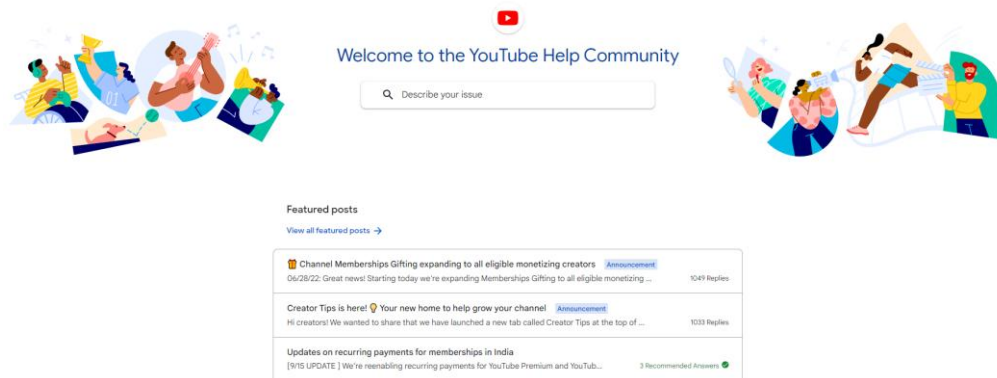
Hoewel YouTube strikt genomen geen educatieve website is, biedt het uren en uren aan door gebruikers gegenereerde inhoud die je kan helpen om in principe alles te repareren.

Het kan zo veel. Het is een plek waar je kan zien hoe het probleem wordt opgelost met behulp van een video. Vervolgens kan je het zelf proberen. Het heeft bovendien een grote commentaar sectie die je kan gebruiken om in contact te komen met de uploader of met mensen met soortgelijke problemen. Als je net begonnen bent met het gebruik van digitale hulpmiddelen en niet weet hoe je technologie effectief moet gebruiken, is YouTube misschien een geweldige



Erasmus+

plek om de basis te leren. En als je geïnteresseerd bent in hoe het werkt, heeft het een uitgebreide eigen FAQ-website, met een heleboel doorzoekbare onderwerpen.



Delen

a) Inleiding

Waarom delen mensen inhoud online? Hoe eenvoudig de vraag ook klinkt, op zich is ze vrij complex. Als je erover nadenkt, is er geen universeel antwoord en hangt het af van de persoon, maar het delen van inhoud heeft enkele eigenaardigheden waar we zullen bij stilstaan.



Dit zijn veelgebruikte deelknoppen. Beide betekenen dat de inhoud kan worden gedeeld.

b) Meest voorkomende vormen van het delen van inhoud

1) Sociale media post

Dit is de basis post die gedeeld wordt op sociale media en die toegankelijk is door naar jouw persoonlijk profiel te gaan. Bevat meestal een afbeelding gerelateerd aan het onderwerp.

2) Verhaal / Story

Dit is vergelijkbaar met de post, maar is visueel in een ander formaat en vervalt meestal na 24 uur. Het is het beste om ze dagelijks te updaten.

3) Blogpost / Artikel

Dit zijn grotere stukken tekst die iets meer uitleggen over een bepaald onderwerp.



Instagram post



Instagram Story



Blogpost

c) Voordelen van het delen van inhoud

Mensen zijn sociale wezens en hebben de neiging tot natuurlijke interactie. Online interacties zijn juist succesvol omdat ze ons helpen relaties met elkaar op te bouwen. Nu het tijdperk van sociale netwerken in volle gang is, zouden we eens kunnen kijken naar een eerste paar redenen waarom mensen genoodzaakt zijn om content te delen:

- Het definieert je in de ogen van anderen.
- Het stelt anderen bloot aan waardevolle inhoud.
- Het geeft mensen een beter gevoel over zichzelf.
- Het helpt om je bewust te maken van zakelijke producten en diensten.



Deze illustratie geeft het proces weer van het definiëren van de te delen inhoud.

d) Doelgroep

Allereerst, als je nadenkt over het delen van content, moet je nadenken over de doelgroep die je aanspreekt. Dit zijn mensen die je volgen, en je moet nadenken over het plaatsen van content die hen het meest zal aanspreken. Voor privé sociale media, zijn dat meestal vrienden en familie. Voor zakelijke doeleinden zijn het meestal klanten van jouw bedrijf.



Visualisatie van een doelgroep. De mensen in het midden zijn degenen die je wil bereiken.

e) Belangrijke tips

Ten eerste, als je nadenkt over het delen van content, moet je nadenken over de doelgroep die je aanspreekt. Het is noodzakelijk om mensen op de meest geschikte manier te benaderen. Hierdoor wil je ervoor zorgen dat mensen gemotiveerd zijn om met jou in contact te komen. Dat is de belangrijkste factor, zelfs voor zakelijke doeleinden. Tenzij je een solide aanpak hebt, zullen mensen je inhoud niet als waardevol zien en zullen ze voorbijgaan aan wat er wordt aangeboden. Daarom moet je jezelf richten op een paar tips:

- ✓ Jouw inhoud moet eenvoudig, duidelijk en beknopt zijn.
- ✓ Je moet jouw inhoud interessant en humoristisch houden.



Het creëren van inhoud is de belangrijkste stap in het proces.

f) Inhoud delen op sociale media

Het belangrijkste bij het delen op sociale media is het ontwikkelen van een echte samenhangende strategie voor online zichtbaarheid.

Het is sterk aan te raden om externe inhoud op te nemen en deze op wekelijkse basis te delen, om de relevantie van jouw profiel in de gaten te houden. Het is belangrijk om dit te plannen, zodat je een goede balans hebt tussen originele en bestaande content.



Erasmus+

g) Cureren van inhoud

Een ander interessant ding om te doen is het cureren van inhoud. Dit betekent dat je reeds bestaande inhoud kunt vinden en deze delen met je publiek. Wat het betekent is dat in plaats van alles vanaf nul te creëren, je ook kan beginnen met reeds bestaande inhoud en er jouw unieke draai aan kan geven, waardoor het nog meer waarde krijgt. Op die manier kan je gemakkelijk inhoud vinden en publiceren die vooral relevant zal zijn voor je publiek, en goede relaties opbouwen met anderen die de inhoud leveren, bv. bedrijven.

h) Legaal delen van inhoud

Het overnemen van andermans inhoud en het delen ervan, komt met een aantal verantwoordelijkheden, vooral als je dat wil. Legaal inhoud delen is hierbij superbelangrijk. Om er zeker van te zijn dat je inhoud legaal deelt, moet je:

1) *Ervoor zorgen dat je de juiste inhoud deelt*

Het belangrijkste is om te beslissen wat je precies wil bereiken met het delen van inhoud en dat je op de hoogte bent van jouw doelgroepen.

2) *Jouw perspectief aanbieden*

Het heeft niet veel zin om informatie te delen zonder context. In jouw post zal je de informatie willen samenvatten en het exacte deel van de inhoud aanwijzen dat je opmerkelijk vindt.

3) *Krediet geven aan de auteur*

Zorg ervoor dat je de auteur citeert van het werk dat je hebt gebruikt om je eigen werk te maken. Indien mogelijk, tag hen tijdens het delen.

i) Inhoud van anderen delen

Het delen van andermans content is goed voor het netwerken, en kan je privé- en professionele leven ten goede komen. Afhankelijk van het type inhoud dat je deelt, is het advies vrij eenvoudig:

1) *Voor blogs*

Wanneer je geschreven informatie deelt, link dan **ALTIJD** naar de blog waar je de informatie hebt gevonden.

2) *Voor afbeeldingen*

Het is het beste om jouw eigen afbeeldingen te gebruiken. Als je die niet hebt, zorg je er best voor dat de afbeelding een "creative commons license" heeft. Dit betekent dat de afbeelding vrij te gebruiken is voor het maken van inhoud. Voor commercieel gebruik is het belangrijk dat je licenties respecteert.



Erasmus+

3) Voor sociale media

Als je een persoon of een bedrijf tagt, krijg je een melding. Dit wordt gedaan door het typen van een "@" teken voor hun gebruikersnaam. De persoon kan dankbaarheid uiten door inhoud opnieuw te delen, waardoor je ook zichtbaar wordt voor hun publiek, wat ook zeer voordelig is.

j) Zorg dat anderen je inhoud delen

1) Gebruik afbeeldingen van goede kwaliteit

Wanneer je afbeeldingen post, zorg er dan voor dat de afbeelding van bevredigende kwaliteit is. Afbeeldingen van lage kwaliteit zijn misschien makkelijker te vinden, maar doen geen recht aan de post zelf.

2) Je kan jouw sociale media shares stimuleren

De meeste sociale netwerken bieden de mogelijkheid om te betalen voor het boosten van posts. Over het algemeen wordt dit alleen aangeraden voor zakelijke gebruikers, aangezien er geld mee gemoeid is. Het helpt echter wel om volgers te krijgen en staat hoog aangeschreven in online marketing.

3) Deel inhoud met andere mensen of bedrijven

Wanneer mogelijk, neem anderen in jouw post op. Zo zullen zij de gedeelde inhoud met betrekking tot hen kunnen herkennen, en zullen zij hun dankbaarheid uiten door het delen van jouw post.

4) Voeg knoppen voor delen toe (waar van toepassing)

5) Deel de inhoud van anderen

6) Houd jouw inhoud actueel

Zorg ervoor dat de inhoud die je aanbiedt bepaalde trends volgt.

7) Als je wil dat iets significant gedeeld wordt, wat je kan doen is je volgers vragen om te blijven delen

Als je wil dat je inhoud gedeeld wordt, is het goed om anderen te vragen om te delen.



Erasmus+

Hoofdstuk 2

De stappen van het creëren van een digitaal verhaal





Erasmus+

In het tweede hoofdstuk bespreken we hoe je stap voor stap aan de slag kunt met het ontwikkelen van je eigen digitale verhaal. Digitale Storytelling is een procesmatige methode die gebruik maakt van software of applicaties om verhalen te vertellen.

Digitale verhalen bestaan uit een combinatie van digitale beelden, tekst, opgenomen audio/video en muziekfragmenten.

De lengte van digitale verhalen kan variëren, maar in een educatieve context duren ze meestal tussen de 2 en 4 minuten. De onderwerpen kunnen variëren van persoonlijke verhalen tot historische gebeurtenissen, van het leven in de eigen gemeenschap tot dat in een ander land, enz.

In dit hoofdstuk komen de volgende onderwerpen aan bod:

1. Onderwerp kiezen
2. De juiste boodschap kiezen
3. Het genereren van het script / Het organiseren van het verhaal
4. Selecteren van beeld- en geluidsmateriaal voor het verhaal
5. Een voorbeeld van digitale storytelling (gemaakt door Powtoon)

Onderwerp kiezen

Digital storytelling betekent het vertellen van een verhaal op een digitale manier. Er zijn verschillende vormen van digitale storytelling, maar ze hebben allemaal één ding gemeen: het verhaal wordt verteld vanuit het standpunt van de verteller. Bij digitale storytelling gaat het vaak om het vertellen van een persoonlijk verhaal, mening of gebeurtenis. Andere vormen zoals historische gebeurtenissen, uitnodigingen, enz. worden ook gebruikt.¹

Hoe levendiger je een verhaal vertelt, hoe meer betrokken je luisteraars zullen zijn. Maar hoe maak je je idee memorabel en vertel je erover op zo'n manier dat je anderen ermee kunt

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



Erasmus+

besmetten? De allereerste stap is het kiezen van je onderwerp. Dit kan een onderwerp zijn dat verband houdt met een opdracht of een onderwerp dat je zelf kiest. Als je het onderwerp zelf kunt kiezen, zullen we je graag inspireren en motiveren om een onderwerp te kiezen voor je digitale verhaal. De volgende stappen zullen voortbouwen op het onderwerp dat je in dit subonderdeel kiest.

Ter inspiratie volgt hier een lijst van mogelijke concepten die je als leidraad kunt gebruiken in een digitaal verhaal².

- Een verhaal
 - Je kan digitale storytelling gebruiken om een verhaal te vertellen. Dit kan een persoonlijk verhaal zijn, maar ook fictie.
 - Enkele voorbeelden: inleiding, een dag uit het leven van een held, sprookje, wiskundeverhaal, ...
 - Een voorbeeld van een digitaal verhaal over een superheld:
<https://www.youtube.com/watch?v=Kw2b6sDdPIk>
- Een (historische) gebeurtenis
 - Digitale storytelling kan ook gebruikt worden om een historische of persoonlijke gebeurtenis te delen.
 - Enkele voorbeelden: wereldoorlogen, uitvindingen, nieuwe huisdieren, schoolreisjes, enz.
 - Een voorbeeld van een digitaal verhaal over de geboorte van Jezus:
<https://www.youtube.com/watch?v=TzE2QQ4trEQ>
- Een mening geven
 - Omdat digitale storytelling verteld wordt vanuit het standpunt van de verteller, is het gemakkelijk om een eigen mening te geven.
 - Enkele voorbeelden: een mening geven over een uitspraak, argumenteren, ...
 - Een voorbeeld van een digitaal verhaal over een mening over de doodstraf:
<https://www.youtube.com/watch?v=bBTWhHTchsA>
- Instructies
 - Digitale storytelling kan ook een instructie bevatten. Deze kan zowel door een leerkracht als door de leerlingen gemaakt worden ter vervanging van de 'live' instructie of kan er een aanvulling op zijn.
 - Enkele voorbeelden: stappenplan, instructies, onderdelen van de bloem, ...

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



Erasmus+

- Een voorbeeld van een instructievideo over 'Hoe maak ik een instructievideo' 😊: <https://www.youtube.com/watch?v=G5KdD1joFBU>
- Presentatie
 - Digitale storytelling kan ook de 'live' presentatie in de klas vervangen of aanvullen.
 - Enkele voorbeelden: boekverslag, gesprek over persoonlijke groei, reflectie, ...
 - Voorbeeld van een digitaal verhaal waarin een jongere haar passie voor kunst voorstelt: https://www.youtube.com/watch?v=ykD_6dHYyFQ
- Een uitnodiging
 - Digitale storytelling kan gebruikt worden om mensen uit te nodigen voor een evenement.
 - Enkele voorbeelden: schoolfeest, verjaardag, concert, filmavond, ...
 - Voorbeeld van een digitaal verhaal waarin mensen worden uitgenodigd voor een evenement: <https://www.youtube.com/watch?v=26lmjG6Hjms>
- Andere
 - Digitale storytelling kan natuurlijk voor vele andere doeleinden gebruikt worden, laat je creativiteit de vrije loop!

De juiste boodschap kiezen

Nu je het onderwerp voor je digitale verhaal hebt gekozen, is het belangrijk om te bepalen hoe je je boodschap wilt overbrengen.

Bij het bepalen van je boodschap is het belangrijk om de kracht van storytelling te overwegen. Hier zijn 6 stappen naar succesvolle storytelling die je kunnen helpen:

a) Ken je doelgroep

Je kunt heel gepassioneerd zijn over een onderwerp, maar als je het niet afstemt op de doelgroep, kan de boodschap alsnog volledig verloren gaan. Stem je verhaal dus af op je doelgroep, zodat ze het punt dat je wilt maken ook echt begrijpen. Deze stap is belangrijk: het bepaalt hoe lang je verhaal zal zijn, welke taal en woorden je moet kiezen, welke beelden je moet gebruiken, en op welk platform je het wilt verspreiden.

b) Maak contact met je doelgroep

Als je mensen wilt overtuigen van je ideeën, diensten of producten, moet je een band met ze kunnen opbouwen. Dat is sowieso makkelijker gezegd dan gedaan, zeker als je je doelgroep niet kunt zien.

Ook al is je digitale verhaal online en niet live, contact maken is heel goed mogelijk. Jouw lezer, luisteraar of kijker geeft je zijn of haar tijd, en daar willen ze iets voor terug. Wek hun nieuwsgierigheid met een quote, statistieken, beelden, iets relevants dat ze aan het denken zet. Verbinden kan ook betekenen dat je je doelgroep vermaakt met luchtige content, of dat je hun vertrouwen wint.



Erasmus+

Wees dus niet zoals de universiteit die zijn doelgroep niet eens aankijkt, maar probeer interactie te maken.

Aan het eind van je digitale verhaal moet een kijker er iets aan hebben en liefst geïnteresseerd zijn in meer van je content. Dan heb je een band met ze opgebouwd.

c) Weet welk doel je met je verhaal wilt bereiken

Het is een natuurlijke reflex geworden om eerst te vragen wat het doel is voordat we concrete acties bepalen. Want wat heeft het voor zin om zomaar wat marketingacties op te zetten, als je geen doel voor ogen hebt?

Zo is het ook met storytelling. Alle verhalen die je vertelt kunnen een doel hebben, en die doelen kunnen heel divers zijn. Bepaal dus van tevoren wat het doel van je verhaal is, en bouw je verhaallijn naar dat doel toe. Weet van tevoren precies welk punt je wilt maken. Vervolgens bouw je je verhaal op met een aantal elementen die helpen om dat punt te maken.

Andersom kan natuurlijk ook. En soms zal dat ook werken. Maar meestal zal je eindigen met een verhaal dat geen samenhang vertoont, slechte argumenten heeft en geen duidelijke boodschap.

d) Ondersteun je verhaal met beelden en feiten

Net zoals je lichaamstaal, powerpoints of muziek gebruikt in presentaties, kun je ook ondersteunend materiaal gebruiken in je eigen verhalen.

Je kunt bijvoorbeeld grafieken gebruiken om evoluties of trends te illustreren. De boodschap die je in je verhaal wilt overbrengen, komt zo nog sterker over. Of je kunt inspirerende citaten of foto's gebruiken om je punt kracht bij te zetten.

Als je feiten en cijfers in jouw verhaal wilt gebruiken, zorg er dan voor dat ze kloppen. Anders heb je precies het tegenovergestelde effect en verlies je je geloofwaardigheid. Een beetje research vooraf is dus zeker op zijn plaats. Want per slot van rekening staat het internet vol informatie, en veel daarvan is tegenstrijdig. Check dus ook je bronnen. Het is even wat werk, maar het betaalt zich zeker terug in de vorm van een beter en accurater verhaal dat mensen overtuigt.

e) Maak het relevant en specifiek

Als je je doelgroep goed genoeg kent, weet je wat hen wakker houdt en wat niet. Dan weet je ook aan welke content ze de voorkeur geven. Speel daar op in. Maak je verhaal relevant voor je kijker. Dat betekent niet alleen wat voor verhaal je gaat vertellen, maar ook via welk kanaal, welke punchline je wilt brengen en wat voor visuals je nodig hebt om het te ondersteunen. Hoe relevanter je bent voor je doelgroep, hoe groter de impact van je content.

Maar wees ook specifiek genoeg. Zelfs als je hyperrelevant bent, als je te vaag blijft, zal je boodschap niet landen. Gebruik details, omlijst je verhaal goed en geef voorbeelden. Dit zorgt ervoor dat je lezer zich makkelijker herkent in je verhaal, en zich daardoor meer betrokken voelt.



Erasmus+

f) Gebruik spanning in je storytelling

Laat je verhaal niet saai zijn. Je kijker zal gegarandeerd niet tot het einde komen, en dus niet dat ene punt leren dat je zo graag wilde maken. Zorg dus dat het boeiend is. En dat doe je niet alleen met wat cijfers en een mooie visual hier en daar.

Gebruik spanning in je hele verhaal. Dat kun je doen door de held van je verhaal een missie te geven, of door een tegenstander te creëren. Je kunt je verhaal ook beginnen met een onverwachte, gekke of ontroerende situatie. Je lezer wil weten hoe de held van je verhaal zich hieruit zal redden.

Je kunt je verhaal ook spannender maken door wat clichés overboord te gooien of door de controverse op te zoeken. Je lezer zal weten dat niet alles zwart-wit is, maar door af en toe controversieel te zijn, wek je emoties op bij je lezers die ze zullen willen oplossen.

Je zult ons nooit horen zeggen dat verhalen vertellen makkelijk is. Maar als je erin slaagt je verhalen op de juiste manier te vertellen, zullen ze een immense impact hebben. Veel succes alvast, we kunnen niet wachten om al dat storytelling in de praktijk te zien!

Het genereren van het script / Het organiseren van het verhaal

Het onderwerp staat vast en je hebt al nagedacht over hoe je de boodschap wilt overbrengen. Om van het digitale verhaal een plezierig geheel te maken, is het belangrijk om in deze stap na te denken over hoe je de boodschap het beste kunt structureren. Dit kun je doen door een script op te stellen.

- Begin met wat brainstormen en schrijf wat ideeën op. Bespreek jouw ideeën met familie en vrienden. Speel een ruw verhaal uit in je hoofd.
- Schets een script dat je straks met je eigen stem opneemt. Weersta de verleiding om de makkelijke weg te kiezen en een verhaal te maken met alleen beelden en muziek. Mensen willen een persoonlijke stem horen. Wees niet zelfbewust over hoe je stem klinkt; we vinden allemaal dat we vreemd klinken op band.
- Stel een kort script op. Dat is waar veel mensen vastlopen. Overwin de angst om woorden op papier te zetten. Enkele tips:
 - Word persoonlijk. Vergeet alles wat je geleerd hebt over het gebruik van een onpartijdige, gezaghebbende, essay-achtige stem. Dit is geen opstelwedstrijd.
 - Mensen willen jouw stem horen. Het verhaal moet vanuit jouw gezichtspunt verteld worden.
 - Schrijf waardeloze eerste ontwerpen. Redigeer niet terwijl je bezig bent. Redactie en schrijven gebruiken verschillende delen van de hersenen. Laat het eruit komen. Zet de belangrijkste elementen van je verhaal op papier, en ga dan terug om het later te redigeren.



Erasmus+

- Schrijf kort. Je zal verbaasd zijn hoeveel je kan overbrengen met een paar woorden en een paar belangrijke beelden.
- Lees je script hardop als je het aan het bijschaven bent. Vermijd grote, dure woorden (zoals “schuwen”); gebruik gewone taal.
- Hou je niet in. Wees echt. Je moet een emotionele diepte bereiken, en soms kan dat alleen bereikt worden door ongemakkelijke waarheden te onthullen. Maar uiteindelijk is het aan jou om te beslissen welk materiaal je wil delen – en met wie.
- Zoek naar een verhaallijn voor je verhaal. **Alle verhalen – zelfs die van 3 minuten – hebben een begin, midden en einde.**
 - Het begin vertelt de premisse van je verhaal: het zet de dramatische spanning neer die gedurende het verhaal moet blijven bestaan.
 - Het midden schetst de conflicten onderweg.
 - Het einde is de bestemming, met een kleine ontdekking, openbaring, of inzicht. Dit wordt ook wel het verlangen-actie-realiserings model genoemd. (Maar niet door iemand die wij kennen!) Zal de jongen het meisje krijgen? Zal de held zegevieren? Zal de speurneus het mysterie oplossen? Met een script van 3 minuten, heb je geen tijd om omwegen te maken. Ga naar de uitbetaling.
- Werk aan het tempo. Velen beschouwen het tempo als het ware geheim van succesvol verhalen vertellen. Het ritme en tempo van een verhaal is wat het publiek blijft boeien.
- Vertrouw op je stem. We hebben allemaal onze eigen kenmerkende stijl van vertellen. Vertrouw op de jouwe.
- Lees je script aan een vriend voor als je denkt dat je klaar bent. Vaak zal je vertrouwenspersoon je wijzen op opvallende omissies, je helpen de taal van een passage te verbeteren, of je helpen je ware stem te herkennen.³

De volgende vragen kunnen je op weg helpen:

- Wat voor soort beelden heb je nodig?
- In welke volgorde zet je de beelden?
- Wat moet er over elk beeld gezegd worden?
- Welke effecten, animaties, ... ga je gebruiken?

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



Erasmus+

Selecteren van beeld- en geluidsmateriaal voor het verhaal

Voordat je kunt beginnen met het maken van audiovisuele content, is het belangrijk om na te denken over het materiaal dat je nodig hebt. Afhankelijk van wat je wil gebruiken, krijg of leen je toestellen zoals camera's, filmcamera's, computers, iPads, microfoons, projectoren, geluidsboxen, ... Dit kan zeer uitgebreid zijn, maar hou er rekening mee dat je met een smartphone tegenwoordig al een eindeloze hoeveelheid digitale verhalen kan maken.

Maak of verzamel beelden, geluid, muziek, ... Zorg ervoor dat ze rechtenvrij zijn!

- Verzamel jouw inhoud
 - Wees je ervan bewust dat het productiewerk dat komt kijken bij het maken van een kort persoonlijk verhaal vele uren in beslag kan nemen. Trek voldoende tijd uit om het goed te doen.
 - Als je oude foto's gebruikt, heb je een flatbedscanner nodig. Scan ze en sla ze op in een enkele map op je computer. Als je digitale foto's gebruikt, zorg er dan voor dat ze in JPEG-formaat zijn. Als je oude 16-mm-filmopnamen hebt, moet je deze waarschijnlijk opsturen naar een winkel die gespecialiseerd is in het omzetten van analoge film naar digitale video.
 - Als je recentere foto's gebruikt, is de kans groot dat ze al in digitale vorm zijn - geweldig!
 - **Houd er rekening mee dat je video horizontaal zal zijn**, dus bewerk ze op de juiste manier. Vervorm verticale foto's niet in horizontale, maar realiseer je dat sterke verticale vormen zullen verschijnen met veel zwart aan beide kanten. Verklein de grootte van de foto niet tot de grootte waarop je film zal verschijnen: Je wilt ze over het algemeen in het bereik van 720x540 pixels; de details gaan verloren als je ze nog verder verkleint. Maar maak je niet te druk om de afmetingen: Tegenwoordig verkleinen alle videobewerkingsprogramma's de beelden tot de juiste afmetingen.
- Een voice-over opnemen
 - Je kan besluiten dat de ingebouwde microfoon van jouw laptop of desktopcomputer voldoende is om jouw verhaal op te nemen (althans, dat is wat ik doe). Spreek vooral langzaam en met een conversatiestem. Laat het niet klinken alsof je uit een script voorleest!
- Muziek toevoegen
 - Heel vaak wil je muziek toevoegen. (Denk aan de achtergrondmuziek in de PBS-specials van Ken Burns) Kies muziek die het ritme en het tempo van je verhaal oproept. Voor veel mensen is dit het gemakkelijkste deel van het proces. De meesten van ons hebben soundtracks in hun hoofd die de stemming weergeven van het verhaal dat we willen overbrengen. De meest effectieve nummers zijn vaak instrumentaal: klassiek, ambient, folk of jazz, zonder zang.
 - Ga vervolgens op zoek naar de muziek in digitale vorm: Gebruik een mp3-bestand van hoge kwaliteit of rip een nummer van een favoriete cd met een van de tientallen gratis



Erasmus+

cd-ripper-programma's die op de markt zijn. Als je een vriend opneemt die originele muziek speelt, is dat nog beter. Vervolgens importeer je het nummer in je videobewerkingsprogramma. Als je in iMovie werkt, zie je de mp3 als een audioclip onder aan je tijdlijn.

- **Denk aan auteursrecht!** Als je van plan bent je werk op het web te publiceren, wil je misschien niet de hele track van een liedje in je verhaal opnemen. Misschien wil je podsafte muziek gebruiken (en, nee, het feit dat je geen geld verdient met je verhaal maakt geen verschil volgens de auteursrechtwetten) - zie Socialbrite's Gratis Muziek Directory voor een brede selectie van muziek die je niet in de problemen zal brengen met de auteursrechtpolitie.

Een voorbeeld van digitale storytelling (gemaakt met Powtoon)

Dit digitale verhaal is gemaakt door een leerling van de middelbare school - genaamd Çınar. In dit verhaal vertelt Çınar's kat Balış ons over zijn successen in een week. Dit Powtoon model kan worden omgezet in verschillende contexten zoals 'Mijn 5 Successen over Taal Leren in deze week'.



De eerste pagina van het verhaal bevat de titel, het onderwerp, de data, de naam van de kat en de naam van het team dat dit verhaal heeft gemaakt. Je kunt je naam, instelling en de naam van je team hier op deze eerste pagina schrijven. Je kunt ook grappige foto's, video's van jezelf en je prestaties uploaden om hier de aandacht van je publiek te trekken. Hoe kleurrijker de voorpagina, hoe meer mensen ervan zullen genieten.



De tweede pagina toont ons het eerste succes van deze lieve kat, Baloş. Hij zegt dat hij een nieuwe vriend heeft gevonden. Het eerste succes van ons bij het leren van een taal zou kunnen zijn om een nieuwe vriend te ontmoeten met behulp van basis ontmoetingsdialogen.



De derde pagina toont ons het tweede succes van Baloş. Hij zegt dat hij het hele weekend met zijn vader heeft doorgebracht. Ons tweede succes bij het leren van een taal zou kunnen zijn dat we in het weekend een bepaalde hoeveelheid tijd besteden aan het studeren van Engels.



De derde bladzijde toont ons het derde succes van Baloş. Hij zegt dat hij de mensen bang heeft gemaakt in de online bijeenkomst die haar moeder bijwoonde. Ons derde succes in het leren van een taal zou kunnen zijn om minstens 15 minuten met een buitenlandse vriend te spreken op Zoom.



De vierde pagina toont ons het vierde succes van Baloş. Hij zegt dat hij geprobeerd heeft op Angelina Jolie te lijken door een hijab te dragen. Ons vierde succes in de taal kan het vergelijken van twee foto's zijn door de overeenkomsten en verschillen tussen de foto's te benadrukken.



De vijfde bladzijde toont ons het vijfde succes van Baloş. Hij zegt dat hij zijn eigen record van slapen heeft gebroken. Ons vijfde succes bij het leren van een taal kan zijn dat we ons eigen record verbreken door zinsdelen te gebruiken tijdens het spreken.



Erasmus+



De laatste bladzijde toont ons de laatste woorden van Baloş. Hij zegt dat het een vermoeiende week was en ondersteunt dat met een handige foto van zichzelf. Je kunt hier afscheidswoordjes of -zinnen toevoegen en een 'wordt vervolgd'-gedeelte toevoegen, als je verder wilt gaan met je digitale verhalen.



Erasmus+

Hoofdstuk 3

Literatuuronderzoek naar digitale storytelling

Digitale storytelling

Digitale storytelling is een moderne uitdrukking van de eeuwenoude kunst van het verhalen vertellen. Door de geschiedenis heen is het vertellen van verhalen gebruikt om kennis, wijsheid en waarden te delen. Verhalen hebben veel verschillende vormen aangenomen. Verhalen zijn aangepast aan elk opeenvolgend medium dat is ontstaan, van de kring van het kampvuur tot het witte doek, en nu het computerscherm (The Digital Storytelling Association, 2002).

a) Storytelling

Verhalen zijn manieren om bepaalde dingen te vertellen over ideeën, identiteiten en benaderingen van de menselijke conditie en ook, ze drukken iets uit aan anderen (Wagner, 2014). Verhalen zijn de bouwstenen van kennis, de basis van geheugen en leren. Verhalen functioneren als symbolische hulpmiddelen, manieren om ervaringen te begrijpen die zich in





Erasmus+

tijd en ruimte ontvouwen (Bruner, 1987). Individuen ontdekken hun eigen gedachten tijdens het creëren van hun verhalen tijdens het schrijfproces (Miller, 2010). Mensen communiceren dagelijks door middel van verhalen (Tenh et al, 2012). Verhalen worden verteld, gehoord en er wordt op gereageerd om boodschappen of ideeën over te brengen en op te nemen (Grisham, 2006). Zoals Umberto Eco vermeldde, is het verhaal een van de eerste instrumenten die door de mensheid wordt gebruikt. Hij stelde dat "de mens van nature een dier is dat verhalen vertelt". Volgens dit perspectief is het zinvol om te zeggen dat verhalen betekenis geven aan de aarde en een verband leggen tussen het organiseren van een gemeenschap/samenleving en de mens (geciteerd door Grisham, 2006).

De geschiedenis van verhalen vertellen is zo oud als de menselijke geschiedenis. Aangezien het menselijk begrip grotendeels gerelateerd is aan het vertellen van verhalen - vooral in relatie tot het concept van 'verplaatsing', wat betekent het kunnen verwijzen naar gebeurtenissen die behoren tot een andere tijd en plaats dan de lopende communicatie - zal het de juiste benadering zijn om te kijken naar de eerste narratieve voorbeelden (Yılmaz en Cığerci, 2018). Dienovereenkomstig is storytelling altijd een belangrijk communicatiemiddel geweest bij het delen van kennis, ervaringen en waarden (Heo, 2009; Smeda, Dakich, & Sharda, 2014) met de volgende generatie (Harrison, 2011), waarbij het als brug fungeert tussen het verleden en heden van gemeenschappen (Hull & Katz, 2006). Doorheen de sociale ontwikkelingsgeschiedenis van de mensheid, van de oudheid tot nu, is het gebruikt als een natuurlijke, krachtige techniek en educatief instrument voor de overdracht en het delen van kennis, ervaring en waarden van de ene generatie op de andere (Lantz et al., 2020; Smeda et al., 2014). Het vertellen van verhalen evolueerde toen prehistorische mensen informatie deelden over de omgeving, bewegingen van wilde dieren, of bronnen van voedsel. Dergelijke overlevingsinformatie werd in de loop der generaties gecodificeerd, en werd uitgebreid met geschiedenis, traditie en culturele mythologie. De daaruit voortvloeiende verhalen (het navertellen van een opeenvolging van gebeurtenissen en hun betekenis) werden toevertrouwd aan verhalenvertellers om te bewaren en te delen.

Het vertellen van verhalen (de toevoeging van een setting, plot, personages, logisch verloop van gebeurtenissen, een climax) breidde zich uit tot op mythen gebaseerde rituelen, participerende re-enactments, of drama's. Verhalen verklaarden de rol(len) van mensen in de geziene en ongeziene (magische) gebeurtenissen in de omringende wereld en inspireerden hen tot het ondernemen van grote daden, reizen of veldslagen. Met de komst van het schrift werden verhalen bewaard en na verloop van tijd erkend als literatuur (geschreven werken die geacht worden blijvende artistieke verdiensten te bezitten).

Er is benadrukt dat storytelling de kracht heeft om actieve deelname aan de leerpedagogie te ondersteunen, om het geleerde te gebruiken, om leerlingen aan te moedigen, te verlevendigen, energie te geven en op te vrolijken (Halifeoğlu, 2021).

b) Digitale Storytelling

Digitale storytelling is een technologische toepassing die goed gepositioneerd is om voordeel te halen uit door gebruikers bijgedragen inhoud en om leerkrachten te helpen een aantal obstakels te overwinnen die een productief gebruik van technologie in hun klas in de weg staan (Robin,

2008). In de basis is digital storytelling gebaseerd op het gebruik van digitale tools om een verhaal te vertellen. Er worden veel termen gebruikt om digitale storytelling te beschrijven, zoals digitale documentaires, computer-based storytelling, digitale essays, interactieve storytelling (Robin, 2008), multimedia storytelling (Smeda et al., 2014; Tsou et al, 2006), web-based stories (Smeda, 2014) of Web 2.0 storytelling (Alexander & Levine, 2008), maar in het algemeen draaien ze allemaal om het idee van het combineren van traditionele storytelling met nieuwe media tools zoals beelden, graphics, muziek, geluid en de stem van de auteur (Gregori-Signes, 2014) om een verhaal te vertellen en te delen dat over het algemeen 2-5 minuten duurt (Rance-Roney, 2008). Digitale storytelling, die de kracht van technologie en storytelling combineert, wordt ook wel een moderne uitdrukking van de oude kunst van het verhalen vertellen genoemd (Lambert, 2010). Net als traditionele storytelling draaien digitale verhalen om een gekozen thema en hebben ze vaak een specifiek gezichtspunt (Bilici, 2021). Yoon (2013) vergeleek verbale storytelling en digitale storytelling in termen van verschillende kenmerken:

Tabel 2. Vergelijking van verbale storytelling en digitale storytelling

Items	Storytelling	Digitale Storytelling
Aankomst	Duizenden Jaren geleden	In 1994 door Atchley en Lambert in Digital Storytelling Center
Hoofdtype	Menselijke stem, mimespel, gebaren	Meerdere omgevingscomponenten (video's, beelden, stem, enz.)
Geven van de inhoud	Verbale communicatie	ICT Hulpmiddelen (computer, tablet, etc.)
Gegevensvorm	Generally coloured and printed paper	Electronically saved in digital form
Learning style	Over het algemeen gekleurd en bedrukt papier	Elektronisch opgeslagen in digitale vorm
Hoofdkarakter	Woorden voornamelijk gecombineerd met gebaren en uitdrukkingen	Een zeer emotionele ervaring onthullen met audio-vertelling, beelden, geluiden en muziek

c) De opkomst en geschiedenis van digitale storytelling

Digitale storytelling kwam voor het eerst op in Californië in de jaren 1990 met het werk van Joe Lambert en Dana Atchly (Bull en Kajder, 2004). Joe Lambert richtte met zijn vrouw Nina Mullen en collega Dana Atchley in 1994 het Digital Media Center op in San Francisco. Later veranderde hetzelfde team dit centrum in 1998 in het Center for Digital Storytelling in Berkeley (Göçen, 2014). Lambert en zijn team hebben een uniek computeronderwijs en kunstprogramma ontwikkeld rond de Digital Storytelling Workshop. Via het Center for Digital Storytelling is sinds 1993 met zo'n 1000 organisaties over de hele wereld samengewerkt en zijn meer dan 15.000 mensen getraind in de kunst van het digitaal vertellen van verhalen (Lambert, 2003). In de begintagen van digital storytelling was Lambert onder de indruk van hoe gemakkelijk doorsnee mensen in staat waren om "hun verhaal op een echt krachtige manier vast te leggen in een relatief korte tijd voor een relatief klein bedrag" (Tucker, 2006, p. 54).



Erasmus+

Center for the Digital Storytelling gebruikt heeft de CDS training en hulp geboden aan mensen die geïnteresseerd zijn in het creëren en delen van hun persoonlijke verhalen. Spoel door naar vandaag en men kan zien dat wat nieuw is, is dat de hulpmiddelen die nodig zijn voor digitale storytelling - computers, scanners, digitale camera's, en digitale audio-opnameapparatuur van hoge kwaliteit - steeds betaalbaarder en toegankelijker zijn geworden (Robin, 2008).

d) Definities

Het is een creatief proces waarbij een traditioneel verhaal gecombineerd wordt met eigen digitale technologieën zoals computers, videocamera's en voice recorders (Ohler, 2008). Chung (2007) definieert digitale storytelling als een multimediale presentatietoepassing die digitale tekst, beelden, video en audio in een computeromgeving omvat, terwijl Yüksel, Robin en McNeil (2011) digitale storytelling in het algemeen definiëren als het delen van informatie en het vertellen van verhalen met multimediatools en -middelen. Hoewel er veel definities van digitale storytelling zijn, is het gemeenschappelijke idee in deze definities dat digitale storytelling wordt gevormd door het verrijken van traditionele storytelling met multimedia elementen zoals beeld, geluid en muziek (Göçen, 2014).

e) 21ste eeuwse digitale storytelling

We kunnen stellen dat de hulpmiddelen die nodig zijn voor digitale storytelling - computers, scanners, digitale camera's en digitale audio-opnameapparaten van hoge kwaliteit - steeds betaalbaarder en toegankelijker zijn geworden (Robin, 2008). De combinatie van krachtige, maar betaalbare, technologische hardware en software sluit perfect aan bij de noden van veel van de hedendaagse klaslokalen, waar de nadruk ligt op het aanleren van de vaardigheden die leerlingen nodig hebben om "te gedijen in omgevingen die steeds meer verschillen op het vlak van media" (Riesland, 2005). Digitale storytelling kan een krachtige leerervaring zijn die veel omvat van wat de maatschappij hoopt dat leerlingen zullen kennen en kunnen in de 21ste eeuw (Jakes & Brennan, 2005). Hier moeten we de 21ste eeuwse vaardigheden benadrukken.

- Kritisch denken en problemen oplossen;
- Samenwerking en leiderschap;
- Wendbaarheid en aanpassingsvermogen;
- Initiatief en ondernemingszin;
- Effectieve mondelinge en schriftelijke communicatie;
- Toegang tot en analyse van informatie; en
- Nieuwsgierigheid en verbeeldingskracht (Wagner, 2008).

Bovendien ordent het Assessment and Teaching of 21st-century Skills consortium (2012) vaardigheden, kennis en attitudes in vier categorieën: manieren van denken, manieren van werken, hulpmiddelen om te werken, en leven in de wereld. Ongeacht de opgenomen vaardigheden of de termen die worden gebruikt om ze te beschrijven, zijn alle definities van 21ste eeuwse vaardigheden relevant voor aspecten van het hedendaagse leven in een complexe wereld. De meeste focussen op gelijkaardige types van complexe denk-, leer- en communicatievaardigheden, en ze zijn allemaal veeleisender om aan te leren en aan te leren dan





Erasmus+

routinematige vaardigheden. Deze vaardigheden worden ook wel aangeduid als hogere-orde denkvaardigheden, diepere leerresultaten, en complexe denk- en communicatievaardigheden (Saavedra ve Opfer, 2012).

Gezien de behoeften en vereisten van de 21e eeuw, maken de globalisering, de economische noodzaak en de geringe maatschappelijke betrokkenheid het des te dringender dat studenten de vaardigheden en kennis ontwikkelen die zij nodig hebben om te slagen. De studenten van vandaag zullen de architecten van de toekomstige wereld zijn. De wereld verandert dan ook snel en opvoeders moeten reageren door hun studenten voor te bereiden op de maatschappij waarin zij zullen werken en leven. Het onderwijzen van 21e eeuwse vaardigheden is noodzakelijk en kan niet worden genegeerd of lichtvaardig worden opgevat (Larson en Miller, 2011).

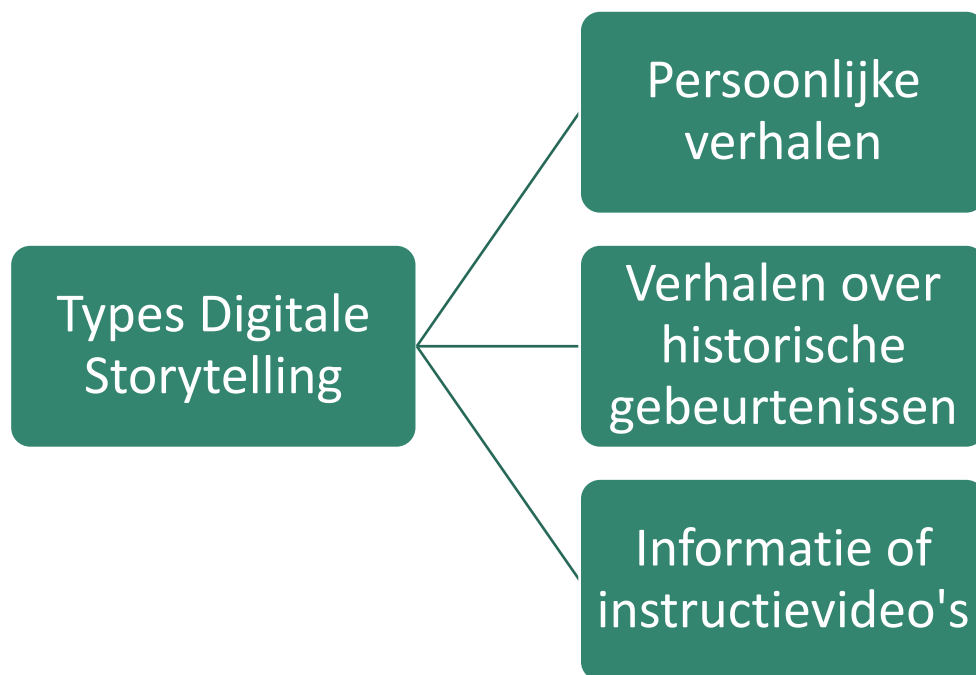
Leerkrachten moeten bedenken dat in de klas van vandaag de integratie van technologie, pedagogiek en inhoud leidt tot "een dieper begrip van de verschillende en krachtigere rollen die digitale media kunnen spelen in zowel onderwijzen als leren" (Robin 2008). Onderzoek en ervaring van Brenner (2014) tonen aan dat computerondersteunde instructie en 21e-eeuwse communicatieve tools inderdaad dergelijke rollen spelen en een positief effect hebben op de leerresultaten van studenten. Door middel van digital storytelling (DST) ontwikkelen studenten een overvloed aan vaardigheden, die nodig zijn om effectief te zijn in de 21e eeuw, omdat het meer is dan alleen het gebruik van technologie. Het is een medium van expressie, communicatie, integratie en verbeelding (Malita en Martin, 2010).

- **Kritisch denken:** Digitale storytelling leidt studenten ertoe kritisch na te denken over effectieve combinaties tussen audio- en visuele componenten. Elk verhaal vereist van studenten dat ze bewijsmateriaal verzamelen om hun verhaal te ondersteunen en dat ze dat bewijsmateriaal zo samenstellen en organiseren dat het een gewenst effect heeft, twee van de moeilijkste concepten voor student-schrijvers om te begrijpen wanneer ze zelf papers schrijven. Door digitale verhalen te vertellen, beginnen studenten te begrijpen hoe alle elementen van het schrijven van een verhaal samenwerken en hoe ze die kunnen manipuleren voor het beste effect bij lezers en kijkers (Jonassen et al., 2008).
- **Zelfexpressie en tolerantie:** Ook kunnen digitale verhalen die gemaakt zijn en waar hard aan gewerkt is, gedeeld worden. Het delen en evalueren van digitale verhalen onder medestudenten is een uitstekende manier om zelfexpressie en tolerantie te bevorderen, en om een betrokken gemeenschap van studenten te creëren.
- **Samenwerking:** In een samenwerkende en op de een of andere manier nieuwe leeromgeving zijn studenten actief bezig met het uitwisselen van ideeën, het vragen om en ontvangen van feedback, het op een informele en tegelijkertijd vertrouwde manier leren over hun onderwerpen van interesse, van peers en (oudere) collega's.
- **Communicatie:** Studenten ontwikkelen communicatievaardigheden, leren vragen stellen, meningen uiten, verhalen construeren en schrijven voor een publiek, waarbij ze ook hun taal- en computervaardigheden verbeteren door software te gebruiken die een verscheidenheid aan multimedia combineert: tekst, afbeeldingen, audio, video en web publishing. Wanneer digitale verhalen worden gecreëerd, worden studenten niet alleen meer technologisch geletterd, maar worden ze ook ontwerpers, luisteraars, tolken, lezers,

schrijvers, communicatoren, kunstenaars en denkers (Kajder, 2004, geciteerd door Malita en Martin, 2010).

f) De soorten van digitale storytelling

Robin (2006) stelde dat, hoewel er vele soorten digitale verhalen zijn, de belangrijkste kunnen worden gegroepeerd in drie groepen en groepeerde digitale verhalen als "persoonlijke verhalen", "verhalen die historische gebeurtenissen onderzoeken" en "informatieve of educatieve verhalen".



Figuur 1. De soorten van digitale storytelling

1) Persoonlijke verhalen

Misschien wel het populairste type digitaal verhaal is er een waarin de auteur vertelt over persoonlijke ervaringen. Deze verhalen kunnen draaien rond belangrijke gebeurtenissen in het leven en kunnen emotioneel geladen en persoonlijk betekenisvol zijn voor zowel de auteur als de kijker. Robin (2006) benadrukte het belang van de wens om persoonlijke verhalen te creëren als de reden voor het maken van digitale verhalen. Het is een type digitaal verhaal dat de herinneringen en ervaringen van de verteller bevat. In dit type verhaal bestaat de inhoud uit gebeurtenissen die in het eigen leven hebben plaatsgevonden. Het is een type digitaal verhaal dat wordt verkregen door het verhaal van deze inhoud te schrijven en om te zetten in digitale vorm met multimedia tools (Göçen, 2014).

2) Verhalen die historische gebeurtenissen onderzoeken

Het is een type digitaal verhaal waarin historische gebeurtenissen als onderwerp worden genomen. De visuals en vocalisaties die gebruikt worden bij de creatie van dit digitale verhaal moeten die historische gebeurtenis weerspiegelen. De indrukwekkende combinatie van het verhaalgedeelte van het digitale verhaal en de digitale elementen geeft de luisteraars het gevoel dat ze een historische gebeurtenis en de tijd van de gebeurtenis meemaken (Göçen, 2014). In een klasomgeving zouden leerlingen historische foto's, krantenkoppen, toespraken en ander beschikbaar materiaal kunnen gebruiken om een verhaal te maken dat diepte en betekenis geeft aan gebeurtenissen uit het verleden (Robin, 2008).

3) Verhalen die informeren of instrueren

Dit type digitaal verhaal wordt vooral gebruikt om lesmateriaal over te brengen in veel verschillende inhoudsgebieden. Leerkrachten kunnen dit type digitaal verhaal gebruiken om hun leerlingen informatie te presenteren over onderwerpen variërend van wiskunde en wetenschap, tot kunst, technologie en medische educatie (Robin, 2008). Het is een soort digitaal verhaal dat tot doel heeft het publiek een bepaald onderwerp te leren. De te onderwijzen inhoud wordt verteld, gecombineerd met passende beelden, geluiden en muziek, en gepresenteerd aan het doelpubliek. In dit type digitaal verhaal wordt het te informeren of onderwijzen onderwerp concreter voor het publiek omdat het verrijkt wordt met visuele en auditieve (Göçen, 2014).

g) De kernelementen van digitale storytelling

Ohler (2008) legt in zijn boek *Digital Storytelling in the Classroom* uit dat digitale verhaalelementen een belangrijke rol spelen bij de constructie van digitale verhalen. De elementen geven de vertellers overweging in het constructieproces naar het produceren van wat een goed digitaal verhaal wordt genoemd (Lambert, 2006). Er zijn verschillende deskundigen die hun eigen sets van elementen hebben voorgesteld, maar hier zullen we gebruik maken van Robin's elementen, omdat die het meest actueel is en gebaseerd is op Center for Digital Storytelling.

Tabel 3. De zeven elementen van digitale storytelling

Center for Digital Storytelling's zeven elementen van digitale storytelling	
1. Standpunt	Wat is het hoofdpunt van het verhaal en wat is het perspectief van de auteur?
2. Een dramatische vraag	Een belangrijke vraag die de aandacht van de kijker vasthoudt en tegen het einde van het verhaal zal worden beantwoord.
3. Emotionele inhoud	Ernstige kwesties die op een persoonlijke en krachtige manier tot leven komen en het verhaal met het publiek verbindt.



Erasmus+

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 4. De gave van je stem | Een manier om het verhaal een persoonlijk tintje te geven, zodat het publiek de context begrijpt. |
| 5. De kracht van de soundtrack | Muziek of andere geluiden die de verhaallijn ondersteunen en verfraaien. |
| 6. Zuinigheid | Gebruik net genoeg inhoud om het verhaal te vertellen zonder de kijker te overladen. |
| 7. Tempo | Het ritme van het verhaal en hoe langzaam of snel het vordert. |

1) *Standpunt*

Het is het element dat de hoofdzaak van het verhaal en het gezichtspunt van de auteur bevat. Om het digitale verhaal effectief te laten zijn, moet het doel van het verhaal duidelijk zijn en moet de auteur het verhaal voorbereiden vanuit een perspectief dat geschikt is voor het doel. Lambert (2003) stelde dat verhalen vergeten kunnen worden, maar perspectieven worden onthouden. Daarom moet de auteur een product presenteren in overeenstemming met het doel van het verhaal en de luisteraar begeleiden binnen het kader van het gezichtspunt van het verhaal. Daartoe moet de auteur zich afvragen: "Waarom heb ik dit onderwerp gekozen?", "Welke boodschap wil ik het publiek meegeven?" en "Wat is het doel van mij om dit verhaal te schrijven?" zouden dergelijke vragen moeten stellen. Op deze manier zal de auteur zich richten op het punt dat hij in het verhaal wil vertellen en zal hij een product onthullen dat geschikt is voor zijn doel (Göçen, 2014). Arslan (2013) stelde dat het gezichtspunt de relatie tussen de verteller en de luisteraar vastlegt, en het is het stadium waarin de verteller beslist wat hij wil vertellen.

2) *Een dramatische vraag*

Aan het einde van het verhaal wordt de aandacht van het publiek vastgehouden en is de hamvraag die beantwoord moet worden. Wie het digitale verhaal bekijkt, kijkt aandachtiger naar het verhaal, vraagt zich gedurende het verhaal af wat het antwoord op deze vraag is en verwacht het antwoord op deze vraag aan het einde van het verhaal te vinden (Göçen, 2014). Bull en Kajder (2004) stelden dat het dramatische vraagelement is wat een digitaal verhaal onderscheidt van een film over reizen. Lambert (2003) stelde dat goed geconstrueerde verhalen de spanning verhogen van het begin tot het einde van het verhaal. De oplossing van het opvallende probleem is eigenlijk het middelpunt van een verhaal. Daarom moeten de schrijvers van het verhaal deze vraag structureren vanuit het perspectief van het verhaal en de aandacht van de luisteraar bij het verhaal houden tot het einde van het verhaal (Göçen, 2014).

3) *Emotionele inhoud*

Emotionele inhoud is een element dat van invloed is op de band tussen een verhaal en zijn publiek. De meest effectieve digitale verhalen zijn die verhalen die emotie oproepen bij hun publiek (Bull & Kajder, 2004). Lachen, huilen, boosheid, opwinding, angst, verdriet en verbazing zijn de reacties die worden ervaren en getoond bij de activering van emoties. Dergelijke reacties van het publiek van een digitaal verhaal laten zien dat er een emotionele band is ontstaan tussen het verhaal en het publiek (Göçen, 2014). Lambert (2003) stelde dat het



Erasmus+

voor het publiek altijd belangrijk is om na te denken over de mate van emotionele gevoeligheid bij het vormen van het perspectief van het verhaal.

4) *De gave van je stem*

Na het schrijfproces van een digitaal verhaal, wordt het ingesproken voordat het publiek wordt ontmoet. Dit element is een van de kenmerken die een digitaal verhaal onderscheidt van een traditioneel verhaal. Het audio-element is een kenmerk dat de effectiviteit van een digitaal verhaal kan verhogen. In plaats van het verhaal direct voor te lezen, moet de verteller het vocaal inspreken, waarbij hij let op intonatie en klemtoon. Bull en Kajder (2004) stelden dat de aanpassing van de toonhoogte van de stem van de verteller, het veranderen van de intonatie en de toonzetting een persoonlijke manier zijn om de betekenis en het doel van het verhaal over te brengen. Zij benadrukten ook dat geluid een van de belangrijkste elementen is die bijdragen aan de effectiviteit van het digitale verhaal.

5) *De kracht van de soundtrack*

Muziek is een belangrijk element van de digitale dimensie van het verhaal. Om de verteller een effectief digitaal verhaal te laten voorbereiden, moet hij een geschikte muziek bij het verhaal kiezen. De muziek die aan het voorbereide verhaal wordt toegevoegd, is het element dat het verhaal ondersteunt en versiert (Göçen, 2014). Arslan (2013) stelde dat de betekenisvolle en harmonieuze muziek die in het digitale verhaal wordt gekozen de verhalende kracht van het verhaal vergroot. Op de juiste manier gebruikte muziek of geluiden kunnen diepte toevoegen aan het verhaal en het emotioneler en nadrukkelijker maken (Karakoyun, 2014).

6) *Zuinigheid*

Dit element gaat over het efficiënt gebruik maken van andere elementen in een digitaal verhaal. Lambert (2003) stelde dat de economie over het algemeen het grootste probleem is in een verhaal. Het overmatig gebruik van woorden, visuele en auditieve in een digitaal verhaal kan ervoor zorgen dat het publiek verveeld raakt, moeite heeft om het verhaal te volgen, afgeleid raakt en afdrijft van het gezichtspunt van het verhaal (Göçen, 2014). De effectiviteit van een digitaal verhaal wordt bereikt door het verhaal en de digitale elementen op een zinvolle en efficiënte manier te synthetiseren. Overmatig en onnodig gebruik van deze elementen zal het verhaal daarom niet alleen effectief maken, maar kan er ook voor zorgen dat het verhaal afwijkt van zijn doel. Bull en Kajder (2004) stelden dat het digitale verhaal bestaat uit korte verhalen van twee tot drie minuten, zoals beoefend in het Center for Digital Storytelling.

7) *Tempo*

Dit element gaat over het snelle of langzame verloop van een verhaal. Het geheim van een succesvol verhaal wordt verondersteld ritme te zijn. Het ritme van het verhaal beïnvloedt ook het publiek of de luisteraar om het verhaal te volgen. Het ritme moet in overeenstemming zijn met het voorbereide verhaal. Lambert (2003) stelt dat een snel tempo een gevoel van urgentie, actie, nervositeit, woede en opwindend geeft, terwijl een langzaam tempo een gevoel van contemplatie, romantiek, ontspanning of eenvoudige genoegens geeft. In dit geval moet de verteller vermijden een ritme te gebruiken dat te snel is voor het publiek om te volgen en zo eentonig dat het zich gaat vervelen. Het ritme moet worden afgestemd op de inhoud en het

verloop van het verhaal. Net zoals het tempo van droevige en vrolijke verhalen verschillend moet zijn, moeten de hoofdstukken met verschillende stroming in een verhaal in verschillende snelheden verlopen (Göçen, 2014).

h) Het process van het maken van een digitaal verhaal

Het is te zien dat de stappen die gevolgd worden in het digitale storytelling proces in verschillende aantallen en stadia besproken worden in de literatuur. Wang en Zhan (2010) stelden dat het creatieproces van een digitaal verhaal uit twee basisstappen bestaat: verhaalcompositie en technologie-integratie. Verhaalcompositie volgt hetzelfde proces als elke andere compositie. Deze stap omvat publieksanalyse, doel, stem en toon, het genereren van conceptideeën voor het verhaal, het combineren van de inhoud met het script, het reviseren en bewerken van het verhaal. Als het verhaal af is, krijgt het zijn digitale vorm met behulp van geschikte technologische hulpmiddelen. Robin (2016) raadt leerlingen aan de 12 stappen te volgen die zijn weergegeven in figuur 2 tijdens het maken van digitale verhalen.



Figuur 2. Stappen voor het maken van een digitaal verhaal

1) Selectie van het onderwerp

In zekere zin is het bepalen van het onderwerp een startpunt voor het digitale verhaal (Yavuz-Konokman, 2015). Studenten die gaan samenwerken kunnen samenkomen en beslissen over het onderwerp door hun brainstorm- en samenwerkingsvaardigheden te gebruiken (Chung, 2006; Kieler, 2010). Het is ook belangrijk wie de doelgroep is bij het kiezen van het onderwerp en met welk doel het verhaal zal worden voorbereid, zoals informeren, overtuigen, bevragen (Robin, 2016).

2) Onderzoek doen naar het onderwerp

Als de digitale verhalen die leerlingen zullen maken van een persoonlijk (reflectief) type zullen zijn, is het belangrijk om een plan te maken met daarin het avontuur van de hoofdpersoon, de gebeurtenissen die hij heeft meegemaakt, zijn problemen, probleemoplossingen en de conclusie



Erasmus+

voordat het script wordt geschreven (Jakes & Brennan, 2005). Als het te maken digitale verhaal van een educatief (informatief) of historisch type zal zijn, is het aan te bevelen dat de studenten overgaan tot de planningsfase nadat ze onderzoek hebben gedaan naar het hoofdthema van het onderwerp uit online en gedrukte bronnen voordat ze overgaan tot het opstellen van het scenario (Lambert, 2010; Robin, 2016). Studenten hebben ook baat bij de visuele en auditieve elementen die ze via het internet bereiken om hun verhaalscenario's betekenisvoller te maken. Tijdens het uitvoeren van het onderzoek moet ervoor worden gezorgd dat dergelijke multimediamaterialen compatibel zijn met de opzet van het scenario en interessant zijn (Yavuz-Konokman, 2015).

3) *Het schrijven van de eerste versie van het script*

Het is bekend dat het schrijven van het script van het verhaal het belangrijkste element is van het digitale creatieproces van verhalen (Robin & McNeil, 2012). Ook wordt gesteld dat het scenarioschrijfproces de meest tijdrovende fase is (Robin, 2006). Het proces begint vaak met het traditionele schrijven. Scenario drafting is het proces van het overbrengen van de gedachten of bewerkte informatie van de auteur op papier, afhankelijk van het type persoonlijk, didactisch of historisch verhaal (Robin & McNeil, 2012). Het wordt aanbevolen dat studenten in staat zijn om iets te schrijven zonder aarzeling en hun eigen gevoelens, opwindende en standpunt weer te geven tijdens het opstellen van het verhaal (Demirer, 2013). Het is nuttig om de eerste versie van het verhaal hardop voor te lezen om er zeker van te zijn dat het doel van het verhaal duidelijk wordt vermeld en het perspectief wordt meegenomen. Bovendien, omdat het een digitaal verhaal zal zijn dat slechts een paar minuten lang is, zal het focussen op een specifiek probleem of kwestie helpen om een digitaal verhaal van hogere kwaliteit te creëren (Robin, 2016).

4) *Feedback krijgen op het scenario*

In deze stap wordt het verhaalscenario gedeeld met anderen en wordt er feedback ontvangen. Nadat de studenten het concept van het scenario hebben gemaakt, delen ze hun verhalen met anderen en krijgen ze feedback. Tijdens het schrijfproces van het conceptscenario worden voortdurend revisies gemaakt (Bilici, 2021). In het stadium van de herziening van de inhoud wordt het ontwerp van het verhaal geëvalueerd op het vlak van spellingregels, leestekens en semantische integriteit. Feedback en correcties voor het scenario kunnen worden gemaakt in lijn met zelfevaluatie, evaluatie door medeleerlingen en evaluatie door de leerkracht (Baki, 2015).

5) *Correctie van het scenario*

Correcties en verbeteringen worden aangebracht in het scenario door gebruik te maken van de feedback die is ontvangen in het concept van het scenario. Omdat scenarioschrijven een iteratief proces is, kunnen meerdere proeven nodig zijn om goede resultaten te behalen (Robin, 2016). Voor de vloeiendheid van het verhaal is het belangrijk dat leerlingen feedback krijgen door hardop voor te lezen in hun eentje of aan hun klasgenoten (Demirer, 2013). Feedback en correcties worden voortgezet totdat het kladscenario van het verhaal zijn definitieve vorm heeft gekregen. Wanneer het ontwerpscenario zijn definitieve vorm heeft aangenomen, worden na het schrijfproces de volgende fasen doorlopen (Bull & Kajder, 2004).



Erasmus+

6) Beelden zoeken, produceren en toevoegen

In digitale verhalen wordt visualisatie gebruikt om het effect van het scenario te vergroten en het betekenisvoller te maken. Online zoekinstrumenten zijn beschikbaar voor foto's, tekeningen, clip art, kaarten, grafieken en meer. Daarnaast kunnen leerlingen ook eigen foto's gebruiken die ze met een camera hebben gemaakt (Robin, 2016; Robin & McNeil, 2012).

7) Aandacht voor auteursrechten

Bij het zoeken naar online materialen is het aan te raden om te kiezen voor materialen met Creative Commons licenties (Robin, 2016). Daarnaast is het voor ander geschreven of visueel materiaal afkomstig van online of gedrukte bronnen, noodzakelijk om de bron aan te geven door persoonlijke rechten te respecteren.

8) Het maken van het storyboard

Een storyboard is een geschreven of visuele samenvatting van alle elementen die gepland zijn om in het digitale verhaal te worden opgenomen. Het wordt ook beschouwd als een mind organisatie of storyboard waarin de scenario fictie wordt samengebracht met digitale elementen (Jakes & Brennan, 2005; Kearney, 2009; Robin, 2016). Het storyboard maakt het gemakkelijk om de digitale verhaalvideo aan te passen en inhoud toe te voegen voordat deze definitief wordt gemaakt. Het kan worden gemaakt op een groot stuk papier, of het kan worden gemaakt op een computer met bepaalde software (Karakoyun, 2014). In het digitale story design proces wordt een storyboard gemaakt om te visualiseren hoe het verhaal eruit zal zien en om het flowchart van de video weer te geven (Lambert, 2010; Yavuz-Konokman, 2015). Hoewel de stap van het maken van een storyboard vaak wordt gezien als een onnodige en saaie stap die studenten willen overslaan, wordt het geaccepteerd als een noodzakelijk element voor digitale storytelling (Jakes & Brennan, 2005).

9) Het maken van de geluidsopname

Om betekenis en diepte aan de inhoud toe te voegen en de emotionele waarde in het digitale verhaal te verhogen, is het belangrijk dat het wordt uitgesproken door aandacht te besteden aan klemtoon en intonatie (Kajder & Swenson, 2004). Een effectieve vocalisatie door leerlingen met hun eigen stem zorgt ervoor dat het verhaal geïnternaliseerd wordt door de leerlingen en voegt originaliteit en emotionaliteit toe aan het verhaal (Chung, 2006; Ohler, 2006). Een externe microfoon aangesloten op de computer of een interne microfoon in mobiele telefoons en laptopcomputers kunnen worden gebruikt om geluid op te nemen. Naast de hardwarecomponent is ook software nodig, zoals Audacity, waarmee geluid kan worden opgenomen en audiobestanden kunnen worden bewerkt. Sommige software voor het maken van digitale verhalen, zoals MS Photo Story 3, heeft een ingebouwde optie voor geluidsopname. Om tijdens de geluidsopname een kwaliteitsopname te verkrijgen, is het belangrijk dat de omgeving rustig is en het vereiste aantal herhalingen wordt gemaakt (Bilici, 2021).

10) Achtergrondmuziek toevoegen

Door achtergrondmuziek toe te voegen die past bij het thema van het verhaal, kan rijkdom worden toegevoegd. Hiervoor kan de bestaande muziek in de gebruikte software worden gebruikt of worden gedownload van online adressen zoals "Jamendo.com" (Robin, 2016). Een



Erasmus+

belangrijke overweging bij het toevoegen van muziek aan een digitaal verhaal is dat achtergrondmuziek de voice-overs niet mag overstemmen.

11) Het creëren van het digitale verhaal

In deze fase worden componenten zoals het verhaalscenario, visuals, geluidsopnames en achtergrondmuziek samengebracht in een geschikte softwareomgeving om een digitaal verhaal te creëren. Hiervoor kan software zoals MS Photo Story 3, Movie Maker, iMovie of webgebaseerde videobewerkingssoftware zoals Wevideo worden gebruikt (Robin & McNeil, 2012). De volgorde waarin een digitaal verhaal in deze software wordt gemaakt, is meestal gelijk. Eerst worden de beelden overgebracht naar het storyboard in het programma. Als de voice-over in de software wordt gedaan, gebeurt dat door de volgorde van de scènes in het stroomschema te volgen. Als de voice-overs extern worden gemaakt, worden ze van buitenaf naar de software overgebracht in de volgorde van de scène. Bewerkingen zoals het toevoegen van een titel aan het digitale verhaal, het toevoegen van achtergrondmuziek, het geven van effecten aan de beelden, het overschrijven, het aanpassen van het lettertype en de kleur worden in een juiste volgorde uitgevoerd (Bilici, 2021).

12) Het delen van het digitale verhaal

De laatste fase waarin het digitale verhaal naar afspeelbaar videoformaat wordt gebracht, is het delen ervan. Hiervoor kunnen Youtube, Google Drive, MS OneDrive, Dropbox of andere sociale media-omgevingen worden gebruikt (Robin, 2016). Daarnaast kan het ook gedeeld worden met medeleerlingen in de klasomgeving. Als gevolg van het delen kan er passende feedback en correcties worden gegeven op het digitale verhaal door zelfbeoordeling, beoordeling door medeleerlingen en beoordeling door de docent met een tool zoals rubrics (Robin & McNeil, 2012). Er is gesteld dat het delen van digitale verhalen op het web of in de klas het voor leerlingen gemakkelijker maakt om elkaar te begrijpen (Jakes & Brennan, 2005).

i) Tools voor digital verhalen vertellen

Het proces van digitaal verhalen vertellen is een geleidelijk proces dat vereist dat technologische hardware en software samen worden gebruikt. De meeste programma's die gebruikt worden voor het maken van digitale verhalen zijn zo ontworpen dat ze zeer weinig technische kennis en infrastructuur vereisen, zodat iedereen digitale verhalen kan maken (Wang & Zhan, 2010). Snelle veranderingen in technologie vergroten ook de diversiteit van software die wordt gebruikt om digitale verhalen te creëren. Alismail (2015) richt zich op tools als Multimedia Builder, Hyperstudio, Movie Maker en iMovie. Naast video-, beeld- en geluidsbewerkingssoftware is er ook hardware nodig zoals een camera, scanner, geluidsrecorder en microfoon (Bilici, 2021). De tools die gebruikt kunnen worden, worden over het algemeen onderverdeeld in drie categorieën: software geïnstalleerd op desktop- en laptopcomputers, tools toegankelijk via het web, en applicaties toegankelijk vanaf mobiele apparaten (Baki, 2015; Robin, 2016; Robin & McNeil, 2012). Deze meest gebruikte tools worden gepresenteerd in Tabel 4.

Tabel 4. Tools voor het digitaal vertellen van verhalen

Medium	Software
Computerprogramma's	MS Photo Story 3, Windows Movie Maker, Adobe Premiere Elements, Ulead, MS PowerPoint, Imovie
Mobiele toepassingen	StoryKit, Storyrobe, iTalk, Fotobabble, iMovie for Ipad, Reel Director
Webtools	Wevideo, Animoto, StoryBoardThat, Creaza, Prezi, VoiceThread, Meograph, StoryJumper, StoryBird, Toondoo, Slide.ly, Powtoon

De betaalde/vrije software die door de school ter beschikking wordt gesteld, de klasniveaus van de studiegroep en de computervaardigheden van de studenten zijn van invloed op de keuze van de te gebruiken software. MS Photo Story 3 software springt er bijvoorbeeld uit omdat het gemakkelijk te gebruiken is en gratis verkrijgbaar is. MS Photo Story 3 is speciaal ontworpen voor het maken van verhalen van stilstaande digitale beelden en heeft een eenvoudige interface die gemakkelijk kan worden gebruikt door studenten van alle niveaus. In deze software kunnen leerlingen hun foto's één voor één importeren en bewerken, bijschriften toevoegen, een verhaal opnemen, achtergrondmuziek toevoegen, posities instellen voor zoomen en pannen, en visuele en overgangseffecten toevoegen, in een paar eenvoudige stappen. Zodra het digitale verhaal af is, kan het worden opgeslagen in het Windows Media Video (WMV) formaat en kan elk programma dat WMV-bestanden afspeelt, zoals Windows Media Player, worden gebruikt om het af te spelen (Bilici, 2021).

j) Onderwijs en digitale storytelling

Digital Storytelling kan een krachtig educatief hulpmiddel zijn voor leerlingen van alle leeftijden en niveaus die de opdracht krijgen om hun eigen verhalen te creëren. Dit gebruik van digitale storytelling kapitaliseert op de creatieve talenten van studenten als ze beginnen met het onderzoeken en vertellen van hun eigen verhalen, leren om de bibliotheek en het internet te gebruiken om rijke, diepe inhoud te onderzoeken terwijl ze een breed scala aan informatie en meningen analyseren en synthetiseren (Robin, 2006). Het gebruik van de digitale vertelmethode voor deze generatie stelt leerlingen die al technologie en computers gebruiken in staat om creatieve verhalenvertellers te worden (Boase, 2008; Robin, 2008) omdat ze al 'digital natives' zijn (Prensky, 2001).

1) Voor leerkrachten

Er zijn talloze manieren waarop Digitale Storytelling kan worden gebruikt in het onderwijs. Een van de eerste beslissingen die genomen moeten worden bij de beslissing om dit hulpmiddel in het leerplan te gebruiken, is of een leerkracht de digitale verhalen zal maken of dat zijn leerlingen dat zullen doen. Sommige docenten kunnen besluiten om hun eigen verhalen te maken en ze aan hun leerlingen te laten zien als een manier om nieuwe stof te presenteren. Een

boeiend, multimediarijk digitaal verhaal kan dienen als een anticiperende set of haak om de aandacht van leerlingen te trekken en hun interesse in het verkennen van nieuwe ideeën te vergroten.

Door de leerkracht gecreëerde digitale verhalen kunnen ook worden gebruikt om lopende lessen binnen een grotere eenheid te versterken, als een manier om de discussie over de in een verhaal voorgestelde onderwerpen te vergemakkelijken en als een manier om abstracte of conceptuele inhoud begrijpelijker te maken. Hoewel veel leerkrachten nog steeds geen samenhangend plan hebben voor het integreren van multimedia in hun instructie, is een groeiend aantal leerkrachten geïnteresseerd in het verkennen van manieren om hun leerlingen te betrekken door het opnemen van afbeeldingen, audio- en video-elementen in hun instructie. Onderzoek heeft aangetoond dat het gebruik van multimedia in het onderwijs leerlingen helpt om nieuwe informatie te behouden en helpt bij het begrijpen van moeilijke stof. En Digitale Storytelling kan opvoeders een krachtig hulpmiddel bieden om in hun klas te gebruiken. Robin (2016) geeft een leidraad voor opvoeders die willen beginnen met het onderwijzen van digital storytelling, een 12-stappen proces.

Tabel 5. Richtlijnen digitale storytelling voor opvoeders (Robin, 2016)

Stappen	Suggesties
Stap 1 Kies een onderwerp	Begin met het bedenken van het doel van het verhaal. Probeer je te informeren, overtuigen, provoceren, bevragen? Wie is het publiek?
Stap 2 Doe onderzoek naar het onderwerp	Je kan online zoekmachines gebruiken, maar vergeet niet dat de bibliotheek ook een nuttig onderzoeksinstrument kan zijn.
Stap 3 Schrijf de eerste versie van het script	Dit zal dienen als de audio vertelling voor je verhaal. Lees hardop voor wat je hebt geschreven. Zorg ervoor dat het doel van het verhaal duidelijk is en dat het een herkenbaar gezichtspunt heeft.
Tip 1 Houd jouw script klein en doelgericht	Je schrijft een script voor een digitaal verhaal dat meestal maar een paar minuten duurt. Door je op een specifiek probleem of onderwerp te richten, kan je een beter digitaal verhaal maken.
Tip 2 Maak het persoonlijk	Jouw digitale verhaal is uniek. Het is jouw verhaal, en het publiek wil het horen vanuit jouw perspectief. Misschien moet je zelfs details onthullen in het verhaal om een emotionele diepte te bereiken, hoewel het aan jou is om te beslissen welke details je met anderen wilt delen.
Tip 3	De meeste verhalen bestaan uit drie delen: een begin, een midden en een einde. Het begin is het decor en het begin van de plot. In het midden geef



Erasmus+

Begrijp de verhaallijn	je meer details over het onderwerp of het probleem dat je probeert uit te leggen. Het verhaal moet naar een climax of resolutie toewerken. Het einde is de plaats waar de vragen worden opgelost. Zal de nieuwe kennis je sterker maken? Zal je nu in staat zijn om grotere dingen te bereiken? Wat gebeurt er daarna in je leven? Deze vragen zullen worden beantwoord en nieuwe inzichten zullen worden onthuld. De conclusie van je verhaal moet teruggaan naar het begin om een thematische boog te vormen.
Stap 4 Feedback krijgen op het script	Deel je script met anderen en vraag hen om feedback over wat zij denken dat jouw verhaal duidelijker of nuttiger zou kunnen maken.
Stap 5 Herzie het script	Gebruik de feedback die je hebt gekregen om de volgende versie van je script te verbeteren. Het schrijven van een script is een iteratief proces en er zijn meerdere pogingen nodig om tot goede resultaten te komen.
Stap 6 Beeld zoeken, maken en toevoegen	Gebruik een online zoekprogramma speciaal voor afbeeldingen, zoals Google Image Zoeken. Je kan zoeken naar foto's, tekeningen, clip art, kaarten, grafieken, en nog veel meer. Vergeet niet dat je ook foto's kan gebruiken die je zelf met een digitale camera maakt.
Stap 7 Respecteer auteursrechten	Zoek naar material dat tot het publieke domein behoort of een Creatieve Commons licentie heeft.
Stap 8 Maak een storyboard	Het storyboard is een geschreven of grafisch overzicht van alle elementen die je in het digitale verhaal wilt opnemen. Het dient als een blauwdruk of een geavanceerde organisator wanneer je van plan bent om jouw digitale verhaal op te bouwen. Storyboards kunnen je helpen jouw verhaal te visualiseren voordat het is gemaakt, wanneer het gemakkelijker is om wijzigingen aan te brengen of nieuwe inhoud toe te voegen.
Stap 9 Audio opnemen	Probeer een microfoon van hoge kwaliteit te gebruiken of een stemopname-app op een smartphone.
Stap 10 Achtergrondmuziek toevoegen (optioneel)	Muziek die past bij het thema van het verhaal kan het verhaal verrijken door het verhaal aan te vullen. Er zijn veel goede sites online, zoals Jamendo.com die gratis muziek zonder auteursrechten aanbieden.
Stap 11 Bouw het digitale verhaal	Selecteer het softwareprogramma dat je gaat gebruiken om je digitale verhaal te maken.
Stap 12 Publiceer het digitale verhaal	Deel je digitale verhaal online op locaties zoals YouTube, Google Drive, Microsoft OneDrive, Dropbox, etc.



Erasmus+

2) Voor studenten

Digital Storytelling kan ook een krachtig hulpmiddel zijn voor leerlingen die leren om hun eigen verhalen te maken. Na het bekijken van voorbeeld digitale verhalen gemaakt door hun leraren of andere verhaal ontwikkelaars, kunnen studenten opdrachten krijgen waarin ze eerst gevraagd worden om een onderwerp te onderzoeken en vervolgens een bepaald standpunt te kiezen. Dit soort activiteiten kan interesse, aandacht en motivatie opwekken bij de "digitale generatie" leerlingen in de klaslokalen van vandaag. Het proces kan gebruik maken van de creatieve talenten van leerlingen als ze beginnen te onderzoeken en hun eigen verhalen te vertellen terwijl ze leren de bibliotheek en het internet te gebruiken om rijke, diepgaande inhoud te onderzoeken terwijl ze een breed scala aan inhoud analyseren en samenvatten. Bovendien kunnen leerlingen die deelnemen aan de creatie van digitale verhalen hun communicatievaardigheden ontwikkelen door te leren hun ideeën te ordenen, vragen te stellen, meningen te uiten en verhalen te construeren. Het kan leerlingen ook helpen als ze leren verhalen te maken voor een publiek, en hun ideeën en kennis op een individuele en zinvolle manier te presenteren.

Wanneer digitale verhalen online worden gepubliceerd, krijgen leerlingen bovendien de kans om hun werk te delen met hun medeleerlingen en waardevolle ervaring op te doen met het bekritisieren van hun eigen werk en dat van andere leerlingen, wat de emotionele intelligentie en het sociale leren ten goede kan komen. Digital Storytelling spreekt studenten met verschillende leerstijlen aan en kan ook de samenwerking bevorderen wanneer studenten in groepen kunnen werken, en biedt waarde in het verbeteren van de ervaring van de student door persoonlijk eigenaarschap en prestatie (Universiteit van Houston, 2022).

Onderwijs voor jonge kinderen

Jongeren van vandaag worden steeds meer technologisch onderlegd en ze zijn steeds meer betrokken bij activiteiten die plaatsvinden op een computerscherm. Zelfs zeer jonge leerlingen reageren op en zijn gemotiveerd door het maken van computergebaseerd materiaal, zoals digitale verhalen (Robin, 2016). Voor goede voorbeelden van het gebruik van digitale storytelling met jongere leerlingen; kun je de onderzoeken van Shelby-Caffey, Úbédá, en Jenkins (2014) en Foley (2013) bekijken. Deze beide onderzoeken bewijzen dat leerlingen die deelnamen aan een digital storytelling activiteit zich beter gedroegen in de klas, een toename in zelfvertrouwen hadden en meer interesse toonden in de vakken die ze leerden.

Middelbaar en post-middelbaar onderwijs

Voor oudere leerlingen is digitale storytelling bijzonder geschikt voor het constructivistische klaslokaal waar deze leerlingen in staat zijn hun eigen betekenis te construeren door de veelzijdige van het selecteren van een verhaalonderwerp, het doen van onderzoek naar het onderwerp, het schrijven van een script, het verzamelen van beelden, het opnemen van een audio-vertelling en het gebruik van computer-gebaseerde hulpmiddelen om het uiteindelijke verhaal te construeren. Het resultaat is een multimediaal artefact dat niet alleen illustreert wat de student heeft onderzocht en tot leven heeft gebracht, maar ook wat ze hebben geleerd van de ervaring (Robin, 2016). Digitale storytelling geeft leerlingen op verschillende



manieren empowerment, waaronder intellectueel, cultureel en creatief (Benmayor, 2008); het evalueren van de werkelijkheid om hen heen en het produceren van een eigen interpretatie daarvan (Gregori-Signs, 2014); het verbeteren van het zelfvertrouwen van leerlingen en het vergroten van hun sociale en psychologische vaardigheden (Berk, 2009) en het combineren van inhoudelijke gebiedskennis met sociaal bewustzijn (Fletcher en Cambre, 2009). Ook in het secundair en postsecundair onderwijs kunnen door leerkrachten gecreëerde digitale verhalen worden gebruikt om lopende lessen binnen een grotere eenheid te versterken, als een manier om de discussie over de in een verhaal gepresenteerde onderwerpen te vergemakkelijken en als een manier om abstracte of conceptuele inhoud begrijpelijker te maken (Robin, 2008). Hieronder toont figuur 2 de convergentie van digital storytelling in het onderwijs.



Figuur 3. De convergentie van digitale storytelling in het onderwijs

Robin (2008) geeft een inzicht in wat voor capaciteiten het gebruik van digital storytelling in het onderwijs voor de leerlingen versterkt.

- Digitale geletterdheid - het vermogen om te communiceren met een steeds groter wordende gemeenschap om problemen te bespreken, informatie te verzamelen en hulp te zoeken;
- Mondiale geletterdheid - het vermogen om berichten te lezen, te interpreteren, te beantwoorden en in een context te plaatsen vanuit een mondiaal perspectief;
- Technologische geletterdheid - het vermogen om computers en andere technologie te gebruiken om het leren, de productiviteit en de prestaties te verbeteren;
- Visuele geletterdheid - het vermogen om visuele beelden te begrijpen, te produceren en ermee te communiceren;
- Informatie-alfabetisme - het vermogen om informatie te vinden, te evalueren en te synthetiseren.

k) Digitale Storytelling in het volwassenenonderwijs

Eerder onderzoek naar digitale storytelling (DST) heeft zich vooral gericht op kinderen en jongeren, maar we weten weinig over hoe het wordt gebruikt in het volwassenenonderwijs (Prins, 2016). Rossiter en Garcia (2010) stellen dat conceptueel kader begint te ontstaan bij de samenvloeiing van sleutelconcepten uit volwassenenonderwijs, narratief leren, en digitale storytelling. Zij geloven dat net zoals narratief leren één perspectief is binnen volwassenenonderwijs, digitaal vertellen één methode is binnen narratief onderwijs die educatieve technologie incorporeert. Doorleefde ervaring, vertelling en stem zijn dan ook kernelementen van zowel volwassenenonderwijs als digitaal verhalen vertellen. Het opzettelijk en adequaat toepassen van flipped learning, digitale storytelling en blockchain, afhankelijk van de vastgestelde operationele doelen, biedt een kans om de dynamiek van het leerproces te veranderen terwijl het zich baseert op de bewezen principes van volwassenenonderwijs (Tomczyk et al., 2016).

Prins (2017) belicht de mogelijkheden en toepassingen van DST in volwassen basiseducatie en geletterdheid (ABEL) programma's zoals GED® (General Educational Development) klassen, ESL (English as a Second Language), geletterdheid van volwassenen en geletterdheid van gezinnen, terwijl het meestal wordt benaderd met kinderen en jongeren. In het volwassenenonderwijs is DST verbonden met Freire's (en Boal's) problem-posing onderwijs, dat tekeningen en foto's gebruikte om sociopolitieke analyse en alfabetiseringsonderwijs te vergemakkelijken. Prins (2017) legt uit waarom DST goed geschikt is voor ABEL-leerders; het is toegankelijk, activeert meerdere vormen van kennis, biedt nieuwe wegen voor het ontwikkelen van stem en het ondernemen van sociale actie, en bevordert intergenerationeel leren en interactie.

Vanwege het potentieel voor reflectief, actief, bevrijdend en plezierig leren, wordt digitale storytelling in de klas gebruikt met veel innovatieve aspecten, zowel als leermiddel en als onderwijsinstrument (Wang & Zhan, 2010). Tijdens het maken van hun eigen digitale verhalen komen leerlingen in aanraking met een geïntegreerde onderwijsactiviteit die van hen verlangt dat ze een scala aan cognitieve, interpersoonlijke, organisatorische en technische vaardigheden gebruiken (Dreon et al., 2011). Benadrukt wordt dat de constructivistische leertaken die erin zijn opgenomen een breed scala aan leerresultaten kunnen verbeteren, van de ontwikkeling van traditionele en nieuwe geletterdheidsvaardigheden tot emotionele voordelen (Kearney, 2009). Er werd gesteld dat verschillende vaardigheden in Tabel 4. verbetering vertoonden bij leerlingen die deelnamen aan het digital storytelling proces (Robin, 2006).

Tabel 6. Vaardigheden verbeterd door het digitale vertelproces

Vaardigheden	Proces
Onderzoeksvaardigheden	Het vinden en analyseren van relevante informatie voor het verhaal

Schrijfvaardigheden	Een perspectief opbouwen en een scenario ontwikkelen
Organisatorische vaardigheden	Beheren van de omvang van het project, de gebruikte materialen en de tijd die nodig is om de taak te voltooien
Technologische vaardigheden	Verschillende hulpmiddelen leren gebruiken, zoals digitale camera's, scanners, microfoons en software om multimedia te verbeteren
Presentatievaardigheden	Beslissen hoe het verhaal het best aan het publiek kan worden gepresenteerd
Interviewvaardigheden	Bronnen vinden voor het interview en bepalen welke vragen gesteld moeten worden
Interpersoonlijke vaardigheden	Werken binnen een groep en bepalen van individuele trajecten voor groepsleden
Probleemoplossende vaardigheden	Leren beslissingen te nemen en obstakels te overwinnen in alle stadia van het project, van begin tot eind
Evaluatievaardigheden	In staat zijn om je eigen werk en dat van anderen te bekritisieren

Clark en Rositer (2008) stellen dat de ervaringen van leerlingen weerspiegeld worden in hun creatie wanneer leerlingen scheppers zijn van hun creatie. We leren door de creatie van onze verhalen. Op deze manier kunnen we "betekenis maken van onze ervaring". Dit komt omdat de creatie van DST gebaseerd is op het bestaan van een geschikte leeromgeving. De pedagogische benadering van DST heeft ook elementen van behaviorisme omdat gedragspatronen gebaseerd zijn op motivatie om te leren en op het bestaan van een geschikte leeromgeving. Bovendien zijn "ontdekkend leren" modellen die het belang van leren door actie voorstellen om het leerobject te herschikken en te transformeren verwant aan het creëren van DST (Bruner, 1961). DST is dus een geweldig leermiddel dat de leermotivatie verhoogt en de samenwerking verbetert. Leerlingen kunnen hun creativiteit ontwikkelen door digitale verhalen te construeren (Ohler, 2008). Bovendien is DST een geschikte pedagogische aanpak om de ontwikkeling van extra vaardigheden te stimuleren, zoals onderzoeksvaardigheden, door het proces van het verzamelen en analyseren van informatie, schrijfvaardigheden door de constructie van scripts, organisatievaardigheden door de noodzaak van projectmanagement. Probleemoplossings-, presentatie- en beoordelingsvaardigheden kunnen ook worden verbeterd (Robin, 2011). Last but not least ontwikkelen makers van digitale verhalen technologische vaardigheden door het gebruik van de respectievelijke tools. Concluderend, terwijl mensen verhalen creëren, kunnen ze nieuwe kennis opbouwen, door interactie tussen hen en het leerobject. Al het bovenstaande ondersteunt onze hypothese dat de constructie van digitale verhalen een versterkende leerfactor kan zijn in het volwassenenonderwijs (Knowles, 1980).

1) Onderzoeken naar digitale storytelling en volwassenenonderwijs

Kallinikou en Nicolaidou (2019) onderzochten de relatie tussen de betrokkenheid van volwassenen bij digitale storytelling (gestafford door een interactieve leeromgeving) en hun spreekvaardigheid en motivatie bij het leren van een vreemde taal. Ze bestudeerden met twee groepen 20 Russen die beginners waren in het leren van Grieks als vreemde taal ($n = 40$), één



Erasmus+

groep was controlegroep terwijl de andere experimentgroep was. De analyse van de resultaten toonde een statistisch significante toename in de motivatie van alleen de experimentele groep. De bevindingen geven een indicatie dat digitale verhalen vertellen, ondersteund door een interactieve leeromgeving, de ontwikkeling van spreekvaardigheid in een vreemde taal van volwassenen ondersteunt en hun motivatie verhoogt.

De studie van Karanasiou e.a. (2021) is een poging om de impact van de methode in het volwassenenonderwijs te onderzoeken, op voorwaarde dat de lerenden de scheppers van de digitale storytelling zijn. Daarnaast is het huidige onderzoek een poging om de relatie tussen het Werkgeheugen van lerenden en de impact van DST op hun leerprestaties te onderzoeken. Het onderzoek is uitgevoerd in een openbaar beroepsopleidingsinstituut. Uit de bevindingen blijkt dat DST een effectief leermiddel is in het volwassenenonderwijs dat de prestaties van de lerenden kan verbeteren. Daarnaast suggereren de bevindingen dat de methode effectiever is bij lerenden die een hoger werkgeheugen hebben dan anderen.

Het artikel van Prins (2016) analyseert een DST-les op het platteland van Ierland, die werd georganiseerd door een familie alfabetiseringsprogramma en werd aangeboden voor ouders op een basisschool. De databronnen bestonden uit veldnotities, interviews, en digitale verhalen van de ouders die de klas afmaakten ($n = 3$). Janks' model van kritische geletterdheid wordt gebruikt om te analyseren hoe de les macht, toegang, diversiteit en ontwerp omvatte. De cursus hield zich niet bezig met ideologiekritiek en analyseerde evenmin de oorsprong of de gevolgen van dominante technologieën, talen en literaties (d.w.z. onderzocht macht als overheersing). De cursus bood echter wel toegang tot technologische kennis en vaardigheden; bevestigde de diverse kennis, talen, levenservaringen en identiteiten van ouders; en rustte deelnemers toe om hun digitale verhalen te ontwerpen en te verspreiden. De studie belicht mogelijkheden voor het gebruik van multimodale compositie in gezinsleren en volwasseneneducatie.

Hewson en anderen (2015) zorgden ervoor dat een vijfdaagse cursus Digital Storytelling werd aangeboden aan studenten Sociaal Werk, waarbij een driedaagse workshop werd geïntegreerd met oudere volwassen verhalenvertellers die verhalen deelden gerelateerd aan het thema verhalen van thuis. Een evaluatie van de cursus werd uitgevoerd om de Digital Storytelling ervaring en het leren in een intergenerationele setting te onderzoeken. Uit enquêtes die aan het eind van de cursus onder studenten en vertellers werden verspreid, bleek dat de kennis van studenten over en hun belangstelling voor Digital Storytelling en de toepassing ervan waren verbeterd. Deze innovatieve cursus heeft de leerervaringen van studenten verbeterd, waardoor het overwegen waard is om intergenerationele leermogelijkheden en Digital Storytelling op te nemen in toekomstige cursussen in de sociale dienstverlening en in cursussen over ouder worden, om studenten beter voor te bereiden op de gerontologische praktijk.

Het volgende onderzoek behoort tot het medische veld (Wieland et al., 2017); het is echter heel interessant omdat de digital storytelling techniek werd gebruikt. Het doel van dit pilot haalbaarheidsproject was om de potentiële effectiviteit te onderzoeken van een digital storytelling interventie ontworpen via een community-based participatory research (CBPR) benadering voor immigranten en vluchtelingen met diabetes mellitus type 2 (T2DM). De interventie bestond uit een cultureel en linguïstisch aangepaste video van 12 minuten bestaande





Erasmus+

uit een inleiding, 4 verhalen en een afsluitende educatieve boodschap. Aan de hand van een gestructureerd interview werd de interventie beoordeeld op aanvaardbaarheid, mate van interesse en nut onder 25 deelnemers met T2DM (15 Latino, 10 Somalisch) verspreid over 5 klinische eerstelijnszorglocaties. Na het bekijken van de video beoordeelden de deelnemers hun vertrouwen en motivatie over het omgaan met T2DM als resultaat van de interventie. Baseline A1C en follow-up waarden (tot 6 maanden) werden geabstraheerd uit medische dossiers. Alle deelnemers meldden dat de interventie hun aandacht trok, interessant en nuttig was; 96% meldde dat ze meer vertrouwen hadden in het managen van hun T2DM dan voor ze de video bekeken, en 92% meldde dat de video hen motiveerde om een specifiek gedrag gerelateerd aan T2DM zelfmanagement te veranderen. Implementatie van een digital storytelling interventie voor T2DM onder immigrantenpopulaties in de eerstelijnsgezondheidszorg is haalbaar en resulteerde in zelfgerapporteerde verbetering in psychosociale constructen die geassocieerd zijn met gezond T2DM zelfmanagementgedrag, en er was enig bewijs voor verbetering in glykemische controle. Een grootschalig onderzoek naar de effectiviteit van de interventie is gerechtvaardigd.

Şahin-Konaş's (2021) masterscriptie onderzoek had als doel om digitale opvoedingscompetentie te onthullen en bewustwording te vergroten door de effecten van digitale verhaalactiviteiten over digitaal opvoeden te onderzoeken op de digitale opvoedingsattitudes van ouders. De onderzoeksgroep bestaat uit 40 ouders die wonen in een stad in de Westelijke Zwarte Zee regio en verschillende socio-demografische kenmerken hebben en wiens kinderen onderwijs volgen op de basisschool en middelbare school in het Wetenschaps- en Kunstcentrum. De digitale opvoedingsattitudes van de ouders in de experimentele groep namen toe na het proces met digitale verhaalactiviteiten. Volgens de resultaten van dit onderzoek dragen ontwerpgerichte onderwijsactiviteiten, zoals het ontwikkelen van verhalen, bij aan de ontwikkeling van het digitale opvoedingsbewustzijn van ouders.

Referenties

Alexander, B. and Levine, A. (2008) Web 2.0 storytelling. Emergence of a new genre. *EduCAUSE Review*, 43, 40-56.

Alismail, H. A. (2015). Integrate digital storytelling in education. *Journal of Education and Practice*, 6(9), 126-129.



Erasmus+

Arslan, P. Y. (2013). Preparation and use of digital story for educational purposes: a sample science education application based on tpack. Yelken, T.Y., Tokmak, H. S., Özgelen, S., İncikabı, L. (Editors), *Instructional Designs Based on Technological Pedagogical Content Knowledge in Science and Mathematics Education*, 105-128, Anı Publishing, Ankara.

Assessment and Teaching of 21st-century Skills. (2012). *What are 21st-century skills?* Melbourne, Australia: Author

Baki, Y. (2015). *The effect of digital stories on the writing process of sixth grade students*. Master Thesis. Atatürk University.

Benmayor, R. (2008). Digital storytelling as a signature pedagogy for the new humanities. *Arts and Humanities in Higher Education* 7(2), 188-204.

Berk, R. A. (2009). Teaching strategies for the net generation. *Transformative Dialogues: Teaching & Learning Journal*, 3(2), 1-23

Bilici, S. (2021). *The effect of digital story on the academic achievement, critical thinking tendencies, collaborative organization and story fielding skills of high school students*. Doctorate Thesis. Atatürk Üniversitesi.

Boase, K. (2008). *Digital storytelling for reflection and engagement: A study of the uses and potential of digital storytelling*. Retrieved February 12, 2022 from <http://resources.glos.ac.uk/tli/lets/projects/pathfinder/index.cfm>.

Brener, K. (2014). Digital Stories: A 21st-Century Communication Tool for the English Language Classroom. *English Teaching Forum*, 1, 22-29.

Bruner, J. (1987). Life as narrative. *Social Research*, 54(1), 11-32

Bruner, J.S. (1961). The act of discovery. *Harvard Educational Review*, 31, 21-32

Bull, G. & Kajder, S. (2004). Digital storytelling in the language arts classroom. *Learning & Leading with Technology*, 32(4), 46-49

Chung, S. K. (2006). Digital storytelling in integrated arts education. *The International Journal of Arts Education*, 4(1), 33-50

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

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

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



Erasmus+

- Esther Prins. (2017) Digital storytelling in adult basic education and literacy programming. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 154, 29-38
- Fletcher, C., & Cambre, C. (2009). Digital storytelling and implicated scholarship in the classroom. *Journal of Canadian Studies*, 43(1), 109-130.
- Foley, L. M. (2013). *Digital storytelling in primary-grade classrooms* (Unpublished doctoral dissertation), Arizona State University.
- Göçen, G. (2014). *The effect of digital storytelling method on students' academic success and learning and study strategies*. Master Thesis. Muğla University.
- Gregori-Signes, C. (2008). Integrating the old and the new: Digital storytelling in the EFL language classroom. *Revista Para Profesores de Inglés*, 16(1), 43-49.
- Grisham, T. (2006). Metaphor, poetry, storytelling and cross-cultural leadership. [Research paper]. *Management Decision*, 44(4), 486-503
- Halifeoğlu, Ö. H (2018). *A new way to tell stories: Digital storytelling for corporate startups*. Master thesis. Bahçeşehir University.
- Heo, M. (2009). Digital storytelling: An empirical study of the impact of digital storytelling on preservice teachers' self efficacy and dispositions towards educational technology. *Educational Multimedia and Hypermedia*, 18(4), 405-428.
- Hewson, J., Danbrook, C., Sieppert, J. (2015). *Engaging post-secondary students and older adults in an intergenerational digital storytelling course*. *Contemporary Issues in Education Research*, 8(2), 135-142
- Hull, G., & Katz, M. L. (2006). Crafting an Agentive Self: Case Studies in Digital Storytelling. *Research in the Teaching of English*, 41, 43-81.
- Jakes, D. S., & Brennan, J. (2005). Capturing stories, capturing lives: An introduction to digital storytelling. *Retrieved January, 16, 2011*.
- Kajder, S., & Swenson, J. A. (2004). Digital images in the language arts classroom. In the curriculum: Language arts. *Learning & Leading with Technology*, 31(8)
- Kallinikou, E., & Nicolaidou, I. (2019) Digital storytelling to enhance adults' speaking skills in learning foreign languages: A case study. *Multimodal Technologies and Interaction*, 3(3).
- Karakoyun, F. (2014). *Examining the opinions of pre-service teachers and primary school students about digital storytelling activities created in the online environment*. Master Thesis. Anadolu University,



Erasmus+

- Karanasiou, K., Drosos, C., Tseles, D., Piromalis, D., & Tsotsolas, N. (2021). Digitalstorytelling as a teaching merhod in adult education, the correlation between its effectiveness and working memory. *European Journal of Education Studies*, 8(12), 288-298.
- Kieler, L. (2010). A reflection: trials in using digital storytelling effectively with the gifted. *Gifted Child Today*, 33(3), 48-52.
- Knowles, M.S. (1980). *The modern practice of adult education*. New York: Cambridge,
- Lambert, J. (2006). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community* (2nd ed.). Berkelay, CA: Digital Diner Press.
- Lambert, J. (2013). *Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community*. (4th edition). Routledge, New York.
- Lambert, J., (2010). *Digital storytelling cookbook* (3rd ed.) [DX Reader version].
- Lantz, J. L., Myers, J., & Wilson, R. (2020). Digital storytelling and young children: Transforming learning through creative use of technology. In *Handbook of Research on Integrating Digital Technology with Literacy Pedagogies* (pp. 212-231). IGI Global.
- Larson, L. C. & Miller, T. M. (2011) 21st century skills: Prepare students for the future, *Kappa Delta Pi Record*, 47(3), 121-123,
- Malita, L. & Martin, C. (2010). Digital Storytelling as web passport to success in the 21st Century. *Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 3060-3064.
- Miller, L. C. (2010). *Make me a story: Teaching writing through digital storytelling* [DX Reader version]. books.google.com
- Ohler, J. (2008). *Digital storytelling in the classroom: New media pathways to literacy, learning, and creativity*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press
- Ohler, J. (2008). *Digital storytelling in the classroom: New media pathways to literacy, learning, and creativity*. Corwin Press, Thousand Oaks, CA.
- Ohler, J. B. (2013). *Digital storytelling in the classroom: New media pathways to literacy, learning, and creativity* (2nd ed.). Corwin Press.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon* MCB University Press, 9(5).
- Prins, E. (2016). Digitalstorytelling in adult education and family literacy: A case study from rural Ireland. *Learning, Media and Technology*, 42(3), 308-323.
- Rance-Ronet, J. (2008). Digital storytelling for language and culture learning. *Essential Teacher*, 5(1), 29-31





Erasmus+

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





Erasmus+

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

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

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

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

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

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





Erasmus+

Hoofdstuk 4

Meer technische details voor materialen van digitale storytelling

Om jouw digitale verhaal kracht bij te zetten, zijn jouw technische keuzes belangrijk. In dit vierde hoofdstuk bespreken we deze technische details voor afbeeldingen, audio en video die in een digitaal verhaal moeten worden gebruikt:





Erasmus+

1. Hoe verbeter je je fotografische vaardigheden?
2. Fotobewerkingsprogramma's
3. Hoe maak je een screenshot?
4. Programma's voor het bewerken van een video
5. Audio toevoegen aan video's

Hoe verbeter je je fotografische vaardigheden?

Foto's zijn veel meer dan een eenvoudig stilstaand beeld. Ze leggen speciale of alledaagse gebeurtenissen en gevoelens vast en herinneren je eraan telkens je naar de foto kijkt. Blader door een oud fotoalbum en je wordt meteen teruggevoerd naar heerlijke vakanties, gezellige dagen met vrienden en familie en andere speciale momenten die je misschien was vergeten. Het duurt niet lang om een foto te maken en dan kun je er nog jaren van genieten. Maak een paar foto's tijdens een wandeling of fietstocht in de buitenlucht om de schoonheid van de natuur voor altijd vast te leggen.

Als digitale verhalenverteller is de camera natuurlijk je beste vriend. Naast het maken van bewegende beelden, kun je ook foto's gebruiken die je zelf maakt. Dit subhoofdstuk helpt je op weg om een nog betere fotograaf te worden met een aantal eenvoudige tips en trucs.

a) Hoe maak je een foto met je smartphone, stap voor stap

1) *Maak jouw lens schoon*

Veeg al het vuil en de vingerafdrukken van je lens voordat je je mobiele telefoon gaat gebruiken. Zonder stof op je cameralens maak je veel scherpere foto's. De eerste stap in de goede richting.

2) *Tik op het scherm om het beeld scherp te stellen*

De camera van jouw telefoon zal meestal scherpstellen op het dichtstbijzijnde object, maar soms wil je misschien scherpstellen op een ander punt. Tik op het scherm waar je wil scherpstellen, en het beeld wordt automatisch aangepast.

3) *Zoom niet in met digitale zoom*

De meeste telefoons hebben een digitale zoom, maar het is beter om deze niet te gebruiken om in te zoomen. Ze vergroten alleen het beeld in plaats van echt in te zoomen op het onderwerp. Hierdoor wordt de foto korrelig en dat maakt een foto veel minder mooi. Kies ervoor om zelf dichterbij het onderwerp toe te gaan in plaats van in te zoomen.



Erasmus+

4) *Houd je telefoon recht*

Zorg ervoor dat de horizon altijd recht op je foto staat. Een scheve foto kan soms een mooi effect geven, maar doe dit alleen bij foto's waar de horizon niet op staat. Anders wordt de foto te onrustig.

5) *Zorg voor een goede belichting*

Licht is erg belangrijk als je goede foto's wilt maken. Het is bijna onmogelijk om in het donker goede foto's te maken met een mobiele telefoon en op grijze winterdagen kun je mooie foto's wel vergeten. Maak dus gebruik van zonnige, heldere dagen. Als de zon net op is in de ochtend of net voor zonsondergang, kun je de beste foto's maken. Als je binnenshuis fotografeert, is het belangrijk dat u foto's maakt met het licht in de rug. Dat geeft het beste effect. Als je buiten bent, kan het soms mooi zijn om foto's te maken terwijl je naar de zon kijkt. Experimenteer daar maar eens mee.

6) *Leer de functies van jouw camera kennen*

Sommige telefoons hebben speciale functies met hun camera. Met sommige telefoons kun je bijvoorbeeld de witbalans van de camera aanpassen. Verken alle functies van je camera door online informatie te zoeken, de handleiding te lezen of gewoon wat uit te proberen. Als je eenmaal alle functies kent, is het veel gemakkelijker om geweldige resultaten te behalen.

7) *Zet de flitser uit*

Als je een mooie foto wilt maken, is het beter om de flitser van je camera uit te zetten. Foto's in het donker worden niet zo helder, zelfs niet als je de flitser gebruikt. Maak liever overdag foto's in een lichte omgeving zonder flitser.

8) *Gebruik een fotobewerkingsapp*

(VSCO cam, instagram, afterlight)

Experimenteer met verschillende fotobewerkingsapps. Gratis apps zoals VSCO cam, Instagram en Afterlight zijn perfect om mee te spelen. Probeer verschillende effecten uit en maak je foto's nog mooier dan ze al waren.

9) *Houd je telefoon stil*

Het lijkt zo simpel, maar veel foto's worden verpest door trillen. Probeer je telefoon zo stil mogelijk te houden als je een foto neemt. Houd je telefoon met twee handen vast en houd je armen dicht tegen je lichaam. Op deze manier kun je de telefoon stabiel houden.

10) *Oefenen, oefenen, oefenen*

De belangrijkste tip is om te blijven oefenen. Dat is immers de manier om ergens goed in te worden. Maak foto's tijdens uw wandelingen en fietstochten, leg alles in uw huis vast, maak foto's van uw familie en vrienden, enzovoort.

b) Composities in jouw foto

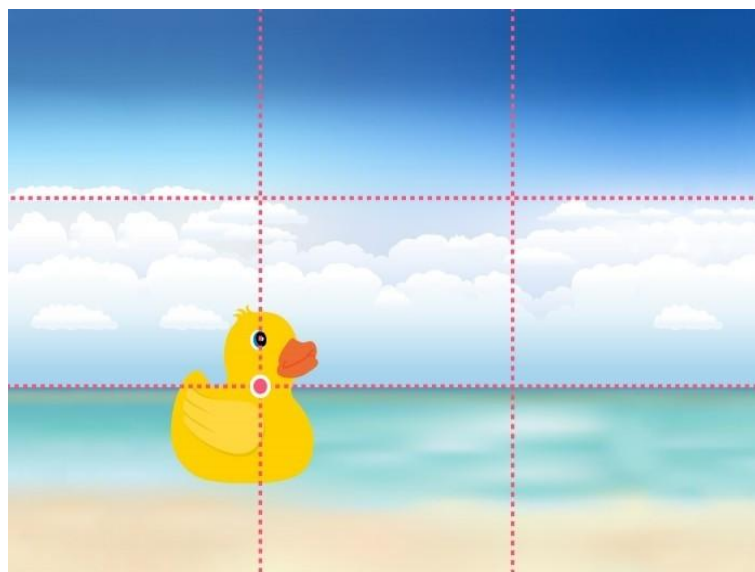
Een goede compositie hoeft niet moeilijk te zijn. Voor de meeste foto's is de compositie veel belangrijker dan de techniek erachter. Welke instelling je ook gebruikt (laat de camera desnoods op automatisch staan), de juiste compositie maakt je foto interessanter.

Compositie is de manier waarop je het beeld kiest. Het klinkt ingewikkelder dan het is. Kijk gewoon door de zoeker van je camera (of op het scherm) en zorg ervoor dat wat je ziet een lust voor het oog is. Je kunt dit doen door op eenvoudige dingen te letten.

Plaats jouw onderwerp bijvoorbeeld niet in het midden van het kader. Let op de achtergrond; zorg ervoor dat er geen bomen, mensen of andere storende elementen 'uitsteken' boven je onderwerp.

Een andere handige tip is om **dezelfde hoogte aan te houden als je onderwerp**. Dit is een belangrijke regel als je kinderen of huisdieren fotografeert. Ga op de grond liggen en je foto zal veel beter zijn. Het is echt niet zo ingewikkeld als het lijkt.

De regel van derden is ook een handig uitgangspunt voor een geslaagde compositie. Verdeel het beeld zowel horizontaal als verticaal in drie vlakken (twee lijnen). Zorg er bij het maken van je compositie voor dat je onderwerp op een snijpunt van deze lijnen komt te liggen.



Het is belangrijk te weten dat je de compositie van een foto vaak aanzienlijk kunt verbeteren door de camera slechts enkele centimeters te bewegen. Dus probeer dit eens; beweeg een beetje heen en weer en kijk hoe je beweging de achtergrond beïnvloedt.⁴

Oh, en regels zijn er om gebroken te worden. Je mag altijd afwijken van de regels, dit kan vaak bijzondere foto's opleveren! Experimenteer!

Standpunt

Het standpunt van je foto is iets waar je niet altijd over nadenkt, maar het heeft een enorme invloed op het eindresultaat. We komen vaak in de verleiding om staand een foto te maken, maar je eindigt met dezelfde soort foto's. Hoe kan je dit vermijden? Wij zullen je eenvoudigweg uitleggen welk effect het variëren van jouw standpunt op jouw foto's kan hebben.

c) Wat betekenen gezichtspunt en perspectief precies?

Het gezichtspunt van je foto betekent, simpel gezegd, 'De plaats van waaruit de foto is genomen'. Het is dus de fysieke positie van waaruit de foto is genomen. Het gekozen standpunt van een foto kan veel zeggen over jou als fotograaf. Het geeft weer hoe je een bepaalde situatie ziet en hoe je dat in jouw beelden wil weergeven. Verwar de term "standpunt" niet met de term



"perspectief". Met perspectief bedoelen we de mate van diepte in een foto, waardoor bepaalde visuele elementen worden benadrukt. Het gekozen perspectief leidt de kijker door het beeld naar het hoofdonderwerp. De termen verschillen niet veel van elkaar en liggen eigenlijk in elkaars verlengde. Beide termen geven weer hoe je als fotograaf naar de wereld kijkt en hoe je je in je

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

foto's wilt onderscheiden. Het standpunt in je foto bepaalt voor een groot deel de sfeer in je beelden. Een ander gezichtspunt voor hetzelfde onderwerp kan een heel andere sfeer creëren.

Foto: MaxterBurg.

1) *Kikkerperspectief vs. vogelperspectief*

De twee perspectieven die vaak worden gebruikt in de fotografie zijn het kikkerperspectief en het vogelperspectief. Je kan deze perspectieven zien als tegenhangers van elkaar, omdat ze eigenlijk tegengestelde beelden opleveren.

Als we iets van onderaf fotograferen, noemen we dat het kikkerperspectief, omdat je vanuit dit gezichtspunt de wereld als het ware ziet vanuit het standpunt van een kikker. Door iets van onderaf te fotograferen, kun je het beeld krachtiger, groter en indrukwekkender laten lijken. Als je fotografeert vanuit het standpunt van een kikker, is het net alsof je omhoog kijkt naar je onderwerp. De horizon in je foto zal in dit standpunt vrij laag zijn of, in een extreem geval, zelfs onder je foto liggen, zodat er geen horizon te zien is. Je zal dit perspectief vaak tegenkomen in landschapsfotografie en architectuurfotografie. Bij landschapsfotografie werkt het heel goed wanneer je een klein onderwerp op de voorgrond wilt uitvergrooten. Het werkt ook goed bij architectuurfotografie, wanneer je gebouwen nog groter en indrukwekkender wilt laten lijken. Hoe dichterbij het onderwerp staat en hoe lager het gezichtspunt, hoe extremer het effect van het perspectief wordt.



Foto: ronab.



Foto: renewolf.

Dit perspectief is niet alleen nuttig voor landschaps- en architectuurfotografie, maar het kan ook een groot effect hebben op portretten of dierenfotografie. Als je kijkt naar foto's van grote leiders in het verleden, werden ze vaak geportretteerd vanuit een laag standpunt. Dit komt omdat het lage gezichtspunt het effect heeft van autoriteit, dominantie en leiderschap. In het geval van dieren heeft dit perspectief een bijzonder grappig effect, omdat de snuit van het dier vaak groot op de foto staat, waardoor het lijkt alsof het dier recht op je afkomt.

Het tegenovergestelde van het kikkerperspectief is het vogelperspectief. Het wordt vogelperspectief genoemd omdat je de wereld ziet vanuit het standpunt van een vogel in de

lucht. Als fotograaf kijk je nu neer op je onderwerp. Als je helderheid, ruimtelijkheid en een gevoel van vrijheid in je foto wilt overbrengen, is dit perspectief een geschikte keuze.



Foto: mycreativity.

Als fotograaf kijk je nu op je onderwerp neer. Als u helderheid, ruimtelijkheid en een gevoel van vrijheid in jouw foto wilt overbrengen, is dit perspectief een geschikte keuze. Het vogelperspectief heeft een vervreemdend maar mooi effect op foto's. We zien de wereld niet vaak vanuit dit gezichtspunt, dus het kan een aantal buitengewone beelden opleveren. Met dit hoge gezichtspunt bevindt de horizon zich aan de bovenkant van de foto of, in het uiterste geval, er helemaal boven. Je onderwerpen lijken met dit gezichtspunt kleiner dan ze in werkelijkheid zijn, in tegenstelling tot het kikkerperspectief dat alles groter doet lijken. Wat vaak wordt gedacht over het vogelperspectief is dat je de foto altijd vanuit een hoge positie moet nemen. Dit is echter niet het geval. Je krijgt hetzelfde effect als je rechtop gaat staan en je fotografeert bijvoorbeeld de kleine bloemen aan je voeten. Als het onderwerp zo groot is dat je het van bovenaf kunt fotograferen terwijl je gewoon op de grond staat, dan valt dit ook onder vogelperspectief. Dit perspectief wordt vaak gebruikt in landschaps- en reportagefotografie.

Wil je het vogelperspectief verbeteren? Probeer jouw camera dan loodrecht naar beneden te richten. Doe dit bijvoorbeeld vanuit een helheluchtballon, vanaf een brug of vanaf een hoog balkon. Dit creëert een vlak en onwerkelijk beeld van de wereld. Je kan jouw camera ook op een statief zetten en een afstandsbediening gebruiken. Zo kun je je camera loodrecht kantelen en hoeft je niet ver van de rand te hangen. Het is ook handig als je over een menigte of een hek wil fotograferen. Wil je het loodrechteffect versterken? Voeg schaduwen of elementaire vormen zoals cirkels, vierkanten of driehoeken prominent toe aan je foto's. Als je vogelperspectief op een minder extreme manier wilt gebruiken, ga dan op een hoge duintop of heuvel staan of klim in een boom om een meer ruimtelijk effect in je foto's te creëren.



Foto: Pdreuning

2) Ooghoogte

Wanneer je je op dezelfde hoogte bevindt als het onderwerp dat je fotografeert, fotografeer je op ooghoogte. Dit perspectief zit tussen het kikkerperspectief en het vogelperspectief in. Als je dit goed wilt doen, moet je ervoor zorgen dat alle onderwerpen boven ooghoogte zich boven de horizon bevinden en alles onder ooghoogte zich onder de horizon bevindt. Je zal zien dat de horizon vrij centraal staat in deze foto's. Dit perspectief zie je het meest bij landschapsfotografie, maar kan ook heel mooi zijn bij portretten en dierenfotografie. Dit standpunt geeft een betrokken, warm en intiem effect, waardoor het lijkt alsof je echt contact hebt met het onderwerp op de foto. Jouw portretfoto's van mensen of huisdieren kunnen tegenvallen als je een te hoog of te laag standpunt gebruikt. Probeer eens te fotograferen vanaf ooghoogte. Je zal een onmiddellijke positieve verandering in de resultaten zien.



Foto: patrickbrinksma.

3) Keuze van uitrusting

Naast de verschillende gezichtspunten kan ook de keuze van je apparatuur het effect van het perspectief vergroten. Maak bijvoorbeeld een bewuste keuze in de lens die je gebruikt. Een 50mm 'standaardlens' benadert het gezichtsveld van het menselijk oog redelijk goed. Persfotografen gebruiken vaak deze lenzen, omdat ze de kijkers meer bij het nieuws betrekken. Een groothoeklens daarentegen verbreedt het gezichtsveld. Het vergroot de ruimte en de uitgestrektheid van je beelden en je onderwerp wordt vervormd of kleiner gemaakt op je foto. In deze video zie je een duidelijk verschil tussen een groothoeklens en een 'gewone' kitlens. Een telelens gebruiken betekent inzoomen op de werkelijkheid. Met een telelens verklein je de werkelijkheid en concentreer je je op een specifiek element in het grote geheel. Zo kun je een bepaald onderwerp in je foto uitlichten en meer op de voorgrond plaatsen. Je lenskeuze kan het perspectief van de kikker of vogel dus nog meer versterken. Wil je meer overzicht en ruimte in jouw foto's? Gebruik dan een groothoeklens. Wil je een intiem beeld creëren? Gebruik dan een korte telelens om dichterbij je onderwerp te komen.



Foto: Edwin Mooijaart.

Natuurlijk zijn er geen regels voor het gebruik van bepaalde posities of apparatuur. Experimenteer met wat voor jou het beste werkt en durf met verschillende standpunten te werken. Probeer bijvoorbeeld eens wat het effect is van een portret gemaakt met een groothoeklens en hoe een weids landschap eruit ziet door een telelens. Verschillende gezichtspunten in je foto's kunnen verrassende beelden opleveren, waardoor je weer opvalt in de fotografie. Wees dus niet bang om iets nieuws te proberen, het zal je alleen maar beter maken!

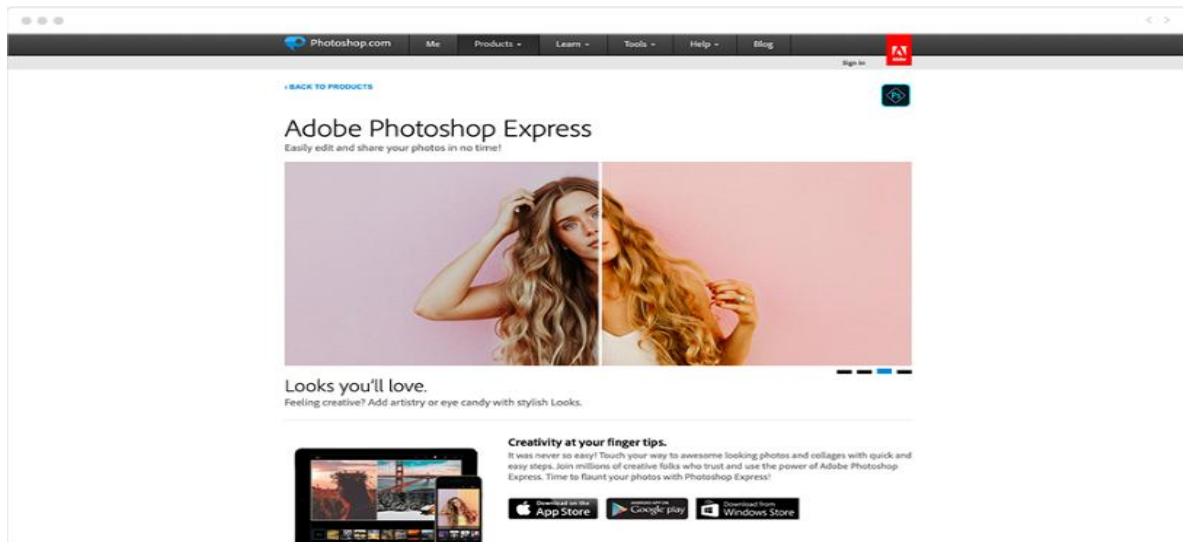
Fotobewerkingsprogramma's

Een goede foto staat of valt met het bewerkingsproces. Vaak is er nog veel ruimte om een foto te verbeteren, ook al lijkt hij op het eerste gezicht perfect. Denk bijvoorbeeld aan de belichting,

rode ogen, ongewenste details, etc. Het bewerken van een foto tot een mooi eindproduct is een talent op zich en wordt vaak overgeslagen.

Met behulp van een gratis fotobewerkingsprogramma is dit echter een fluitje van een cent, en til je jouw foto in een mum van tijd naar een hoger niveau. Of je nu een beginner of een gevorderde fotograaf bent, jouw foto online bewerken is nog nooit zo eenvoudig geweest. Voor je het weet ben je een pro en bouw je je eigen fotografie website. Hier zijn 5 voorbeelden:

a) Adobe Photoshop Express



Ideaal voor mobiele fotobewerking.

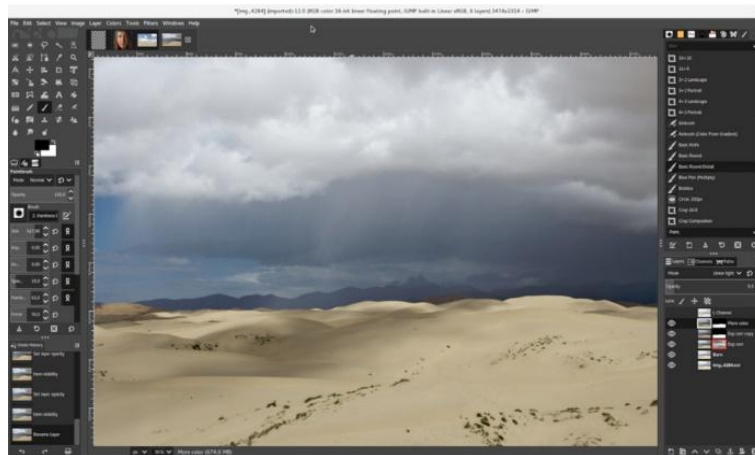
Adobe Photoshop Express is een eenvoudige manier om foto's te bewerken op je telefoon, tablet of pc. Dit gratis fotobewerkingsprogramma is gericht op beginners of mensen die op zoek zijn naar een kwaliteitssoftware voor snelle bewerkingen.

De app is zeer toegankelijk en biedt veel opties. De meeste standaard gereedschappen voor fotobewerking zijn aanwezig. Je kan contrast en helderheid verbeteren, foto's roteren, perspectief toevoegen en allerlei effecten toevoegen. Wil je een foto later nog aanpassen? Je kan alle aanpassingen die je in Adobe Photoshop Express hebt gemaakt op elk moment ongedaan maken. De Express-versie van Adobe's fotobewerkingssoftware bevat ook een categorie 'versieren'. Hiermee kan je tekst toevoegen en aanpasbare collages maken.

Adobe Photoshop Express is dus ideaal voor mensen die op zoek zijn naar een eenvoudige app om foto's te bewerken. Als je op zoek bent naar meer professionele software zoals Photoshop online, moet je verder zoeken.

- Voordelen van Adobe Photoshop Express: Geavanceerde filters, minimalistische interface, professionele resultaten.
- Nadelen van Adobe Photoshop Express: Kan alleen worden uitgevoerd als JPG, werkt op Flash, beperkte gereedschappen.
- Te gebruiken met: Web and mobiel (iOS, Android, Windows).

b) GIMP



Geschikt voor gevorderde gebruikers.

GIMP wordt vaak gezien als het beste gratis fotobewerkingsprogramma dat er is. De software bevat een breed scala aan tools, van basishandelingen tot professionele functies. Hoewel het het meest geschikt is voor gevorderde gebruikers, kan het ook zeer nuttig zijn voor beginners. Het gaat onder meer om selectie- en bewerkings tools, bijsnijden, kleur aanpassen en automatische beeldverbetering. Meer ervaren gebruikers zullen genieten van gereedschappen zoals resize, face-swap, animated gifs, layer masks en curves.

Met al deze uitgebreide functies is GIMP een goed gratis alternatief voor bijvoorbeeld Photoshop online. Bovendien is de interface volledig aanpasbaar en zijn er talloze plug-ins die gratis kunnen worden toegevoegd. Begin je zoektocht naar het perfecte gratis fotobewerkingsprogramma door naar deze professionele fotografie portfolio voorbeelden te kijken voor de nodige inspiratie.

- Voordelen van GIMP: Professionele tools en functies, open source programma, ondersteuning voor ontwikkelaars.
- Nadelen van GIMP: Steile leercurve, geen mobiele versie, onoverzichtelijke interface.
- Te gebruiken met: Alleen desktop (Linux, OS X, Windows).

c) Paint.NET



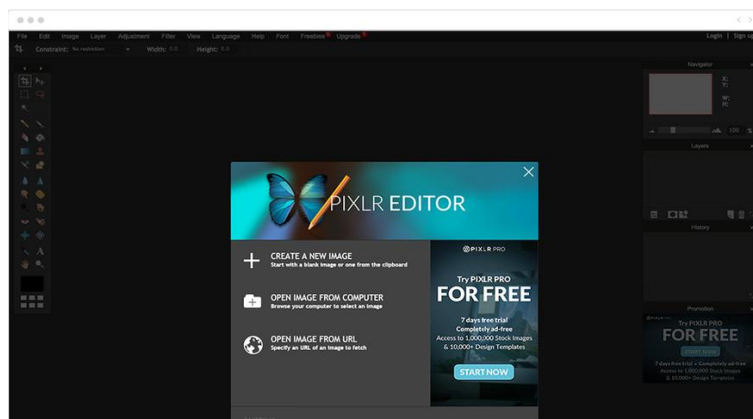
Beste voor beginners en beperkte apparaten.

Paint.NET is gemaakt door een Amerikaanse student als vervanging voor Microsoft Paint. Dit was om mensen kennis te laten maken met een eenvoudig te gebruiken gratis fotobewerkingsprogramma met hoge resultaten.

Het programma heeft een duidelijke interface en is perfect voor beginnende gebruikers, die niet veel tijd willen besteden aan het uitzoeken hoe alles werkt. Bovendien is Paint.NET gemakkelijk te gebruiken op minder krachtige apparaten. Niettemin biedt het talrijke fotobewerkingsgereedschappen, zoals helderheid, contrast, tint, curven, niveaus, lagen, kleurverlopen en onbeperkt ongedaan maken. Daarnaast heb je toegang tot meer geavanceerde functies. Denk aan het 3D rotatie/zoom gereedschap voor het opnieuw samenstellen van afbeeldingen. Een foto online bewerken is dus een fluitje van een cent met Paint.NET.

- Voordelen van Paint.NET: Intuïtieve interface, ideaal voor langzame apparaten, volledige toegang tot de geschiedenis.
- Nadelen van Paint.NET: Beperkte tools, minder krachtig dan andere alternatieven, geen geavanceerde functies.
- Te gebruiken met: Alleen desktop (Windows).

d) Pixlr Editor



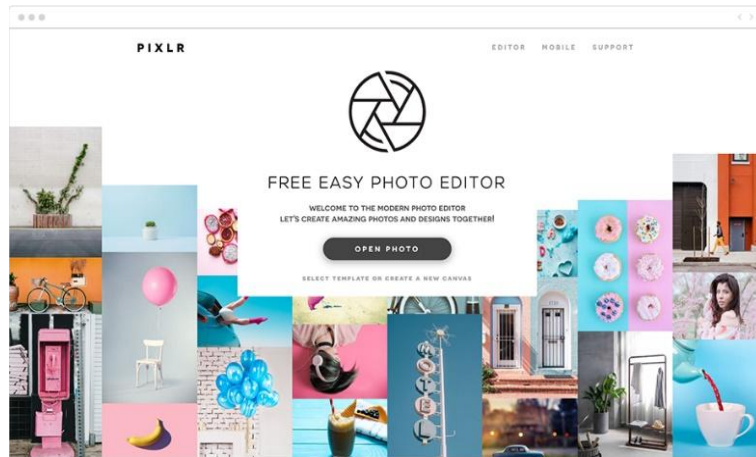
Ideaal voor online fotobewerking op professioneel niveau.

De Pixlr Editor is zeer populair als gratis fotobewerkingsprogramma en niet zonder reden. De vele mogelijkheden beginnen al op het moment dat je een foto opent. Met Pixlr Editor kun je een afbeelding openen vanaf je apparaat, vanaf een URL of zelfs rechtstreeks vanaf Facebook. Zo kun je je bestaande foto's/foto's bewerken voor nieuwe doeleinden, zelfs als je niet aan het fotograferen bent.

De interface van deze software is vergelijkbaar met Adobe's Editor en heeft veel professionele functies. Belichting, niveaus, automatische verbeteringsgereedschappen, geavanceerde kleurkiezers, aanpasbare penselen, lagen en maskers; je kan het er allemaal vinden. Een nadeel van de Pixlr Editor, is dat het Flash vereist; een plug-in die Adobe binnenkort niet meer zal ondersteunen. Pixlr heeft daarom een betaalde versie ontwikkeld met geavanceerde bewerkingstools. Als je niet wilt betalen, kun je kiezen voor de Pixlr X (hieronder beschreven).

- Voordelen van Pixl Editor: Krachtige functies, vereist geen downloads, talrijke uploadmogelijkheden.
- Nadelen van Pixl Editor: Geen opties voor batchbewerking, toont advertenties, Flash vereist.
- Te gebruiken met: Web en mobiel (iOS, Android)

e) Pixlr X



Ideaal voor snelle online bewerking.

Zoals je hierboven kan lezen, is deze software ontwikkeld als opvolger van Pixlr Editor. Het is overgestapt van een Flash-platform naar een HTML-platform. Het fotobewerkingsprogramma heeft hetzelfde ontwerp als zijn voorganger en richt zich op tools die voldoen aan al je basisbewerkingsbehoeften. Met Pixlr X kunt u onder andere kleuren bewerken, bijsnijden en de grootte ervan wijzigen. Ook kunt u ongewenste elementen verwijderen en de witbalans aanpassen. Bovendien kun je je portretfotografie naar een hoger niveau tillen met extra tools.

Over het geheel genomen is Pixlr X een goed programma voor beginners en niet-professionele fotografen. Degenen die op zoek zijn naar meer geavanceerde tools, blijven beter bij Pixlr Editor totdat Pixlr X evolueert met deze functies.

- Voordelen van Pixlr X: Bewerkingen met één klik, eenvoudige interface, vereist geen downloads.
- Nadelen van Pixlr X: Beperkte tools, geen geavanceerde functies, minder krachtig dan de Pixlr Editor.



Erasmus+

- Gebruik op: Web and Mobiel (iOS, Android)⁵

Hoe maak je een screenshot?

Tijdens het maken van je eigen digitale verhaal kan het handig zijn om screenshots te maken. Op die manier kun je de informatie die je op je eigen scherm ziet, direct in je digitale verhaal verwerken. Hier helpen we je op weg:

Bepaal eerst hoe je screenshot eruit moet zien. Wil je een screenshot van je hele scherm? Wil je een screenshot van één venster of programma? Of wil je een deel van je scherm selecteren en daar een screenshot van maken?

a) Een schermafdruck maken met de printscreen toets

Wil je een screenshot maken van jouw hele scherm of een deel van het venster? Volg dan deze 3 stappen:

1) Stap 1: Zoek de print screen toets

De print screen toets is op het toetsenbord gemarkeerd.

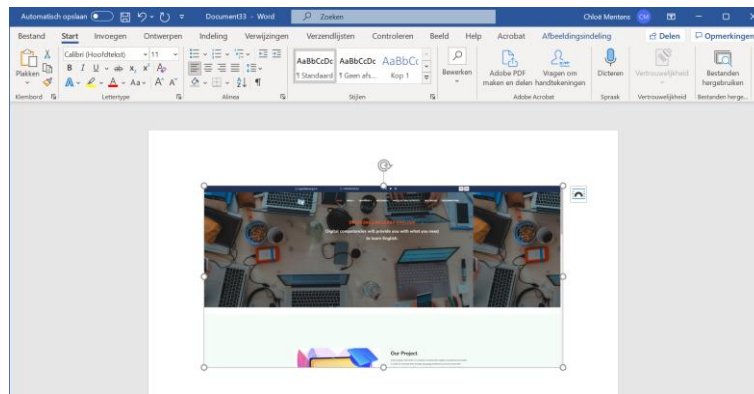
Zoek op het toetsenbord de toets met de tekst PrtScn (afkorting van Print Screen) of Print Screen. Vaak is dit een van de toetsen boven de pijltoetsen op het toetsenbord. Om een schermafdruck van het scherm te maken, druk je gewoon op de Print screen toets. Staat Print Screen in het blauw? Druk dan tegelijkertijd op de Fn en Print screen toetsen. Je zal niets zien gebeuren, maar de schermafdruck is nu gemaakt.



⁵ <https://nl.wix.com/blog/post/de-10-beste-gratis-fotobewerkingsprogramma-s-2021>

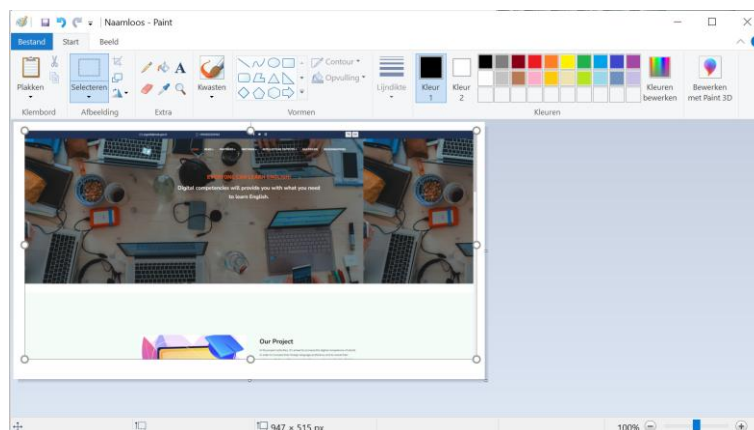
2) Stap 2: Gebruik een screenshot in een tekstbestand

Is jouw screenshot bedoeld om te gebruiken in een tekstbestand? Open dan het bestand en klik op de plaats waar je het screenshot wil maken. Houd nu de Control-toets linksonder op je toetsenbord ingedrukt en druk vervolgens op de 'V'-toets. Je screenshot zal nu in je bestand verschijnen.



3) Stap 3: Sla een screenshot op

Do you want to save the screenshot to your hard disk? Then open a photo editing programme like Paint. Once the programme is open, hold down the Control key on the bottom left of your keyboard and then press the 'V' key. Here you can choose whether you want to crop the photo or not. Is the image good? Then click on 'File', then 'Save as' and choose the name and folder for saving the image. The picture is now in the chosen folder, so you can close Paint.⁶



⁶ <https://www.coolblue.be/nl/advies/hoe-maak-ik-een-screenshot-in-windows.html>



Erasmus+

b) Een screenshot maken met het knipgereedschap

Wil je snel een deel van het scherm selecteren en daar een schermafbeelding van maken? Gebruik dan het knipgereedschap, dat standaard in Windows zit.

1) Stap 1: Open het knipgereedschap

Klik op de Windows startknop linksonder in je scherm. In het menu dat nu opent, staat onderaan een zoekbalk. Typ in de zoekbalk 'Knipprogramma'. Klik op het zoekresultaat 'Knipprogramma'. Je ziet het logo van dat programma in de afbeelding hiernaast.

2) Stap 2: Selecteer het juiste deel van jouw scherm

Jouw cursor verandert in een kruis. Met dat kruisje selecteer je het deel van het scherm waarvan je een schermafbeelding wil maken. Om te selecteren houd je de linkermuisknop ingedrukt en beweeg je de muis. Zodra je de linkermuisknop loslaat, wordt de schermafbeelding gemaakt.

3) Stap 3: De screenshot opslaan

Jouw screenshot verschijnt in een nieuw venster. Je kan het opslaan door op de 'floppy disk' knop te klikken. Dit is het paarse icoontje zoals je in de afbeelding kunt zien. Kies vervolgens een naam en de locatie waar je de screenshot wil opslaan.

Programma's voor het bewerken van een video

a) MoviePlus Starter Edition

MoviePlus Starter Edition is een vrij krachtige video editor. Wat leuk is, is dat je een zogenaamde picture-in-picture kunt maken, wat betekent dat je eigenlijk twee films tegelijk kunt bekijken. Bijvoorbeeld om een scène tegelijkertijd vanuit twee hoeken te laten zien. Handig voor wie met meerdere actioncams werkt, of als je ook video's van vrienden in de montage opneemt. Om te downloaden moet u een e-mail adres achterlaten, waarna je een licentiecode ontvangt. Zorg ervoor dat je geen ongewenste programma's installeert. Het programma herkent veel bestandsformaten niet, tenzij je er een codec-pakket bij koopt. Gelukkig kan je video's gratis converteren met de programma's van tips 10 en 11.

MoviePlus: Een prima videobewerker die picture-in-picture ondersteunt.

b) ShotCut

Dit open-source programma is beschikbaar voor verschillende platforms, waaronder natuurlijk Windows. ShotCut is eenvoudig te gebruiken, maar heeft veel functionaliteit. Het kan opnamen verbeteren, digitale beeldstabilisatie toepassen om wankelende films rustiger te maken en het ondersteunt bijna elk filmformaat dat je maar kunt bedenken. Zelfs bij het opslaan van de uiteindelijke film zijn er veel knoppen waaraan je kunt draaien, zodat je films kunt genereren voor elk apparaat of medium.



Erasmus+

ShortCut heeft zeer uitgebreide mogelijkheden en een professionele uitstraling.

c) Avidemux

Een kleine maar fijne open-source video editor waarmee je video's kunt knippen of opdelen in kleinere fragmenten. Het mooie is dat ze niet opnieuw worden geëncodeerd wanneer ze worden opgeslagen. Er is dus helemaal geen kwaliteitsverlies. Je kan ook een aantal bewerkingen uitvoeren, zoals bijsnijden, roteren, verscherpen, ruis verminderen en de belichting en kleuren aanpassen. In dat geval pas je het beeldmateriaal aan en is codering uiteraard vereist.

Je kan films inkorten met Avidemux zonder kwaliteitsverlies.

d) Gratis video-editor

Met dit programma kan je ongewenste delen uit een film knippen en de nieuwe film opslaan zonder deze opnieuw te coderen. Het programma stelt je in staat de nieuwe film op te slaan zonder deze opnieuw te coderen. Je kan delen uit het midden van de film knippen en bent niet beperkt tot alleen het begin of het einde. Het is ook mogelijk om te converteren naar een ander formaat. Dit programma heette vroeger Free Video Dub. Nogmaals, pas op voor onnodige extra software tijdens de installatie.

Knip alle delen eruit die je wilt met Free Video Editor.

e) iMovie

Sinds enkele jaren krijg je de video-editor iMovie gratis bij aankoop van een iPhone of iPad. Dat is goed nieuws, want deze app is zeer uitgebreid en stelt je in staat om de mooiste films te monteren en te bewerken. Kies een paar clips, zet ze op volgorde op de tijdlijn, stel voor elke clip het begin- en eindpunt in en voeg desgewenst een cool filter toe. Je kan een film ook in kortere fragmenten knippen, dupliceren en de afspeelsnelheid aanpassen. Er zijn dus tal van mogelijkheden, allemaal op je mobiele Apple-toestel.

iMovie is een uitgebreide videobewerker voor je iPhone of iPad.

f) Video Toolbox

Via de Video Toolbox kun je onder andere video's omzetten naar een ander formaat, er een watermerk op zetten, of audio, video en ondertiteling scheiden. Verder kan je het beeld bijsnijden, films inkorten of aan elkaar plakken. De website ziet er vrij spartaans uit. Je uploadt eerst een of meer films, of geeft online films aan, en vervolgens selecteer je de actie die je wil uitvoeren. Je krijgt 600 MB opslagruimte voor bronmateriaal en 1400 MB voor bewerkte films.

De site van Video Toolbox is een beetje ouderwets maar werkt prima.

g) Magisto

Magisto is een online videodienst waarmee je eenvoudig korte films kunt maken. Verwacht geen uitgebreide video editor, het gaat hier puur om gemak en eenvoud. Je kiest je video's, kiest een thema dat je leuk vindt en voegt een passend muziekje toe. Magisto zoekt vervolgens een aantal mooie scènes en monteert deze tot een flitsende film. In plaats van via de website te



Erasmus+

werken, kun je hiervoor ook een app gebruiken op je iOS- of Android-toestel, of Magisto als programma installeren op je pc.

Magisto kan gebruikt worden via de website, een app op je telefoon of tablet, of een lokaal programma op je PC.

h) WeVideo

Bij een online video editor moet je eerst je films uploaden. Dus hoe korter de films, hoe sneller je aan de slag kunt. Met de gratis versie van WeVideo mag je sowieso maar vijf minuten materiaal per maand publiceren, dus dat is een verademing. Na het aanmelden krijg je een eenvoudige video-editor te zien met een tijdlijn. Je kan de video's roteren, spiegelen en schalen. Ook zijn er verschillende effecten mogelijk en kun je muziek toevoegen. Je kan je filmpjes direct uploaden naar onder meer Vimeo, YouTube, Twitter, Facebook en Dropbox. Bevalt de dienst? Er zijn verschillende abonnementen waarmee je meer tijd kunt kopen.

Bewerk je films en publiceer ze direct naar de videodienst van je keuze met WeVideo.

i) Looper

De online editor Loopster geeft je drie gigabyte ruimte om je films op te slaan. Upload je films en je bent klaar om te beginnen met bewerken. Je kan titels, overgangen en audio toevoegen en per film bepalen waar het materiaal begint en stopt. Het eindresultaat kun je delen op YouTube of Facebook of lokaal opslaan. De gratis versie heeft enkele beperkingen. Zo wordt er een watermerk toegevoegd en kun je geen films in HD-kwaliteit genereren.

Runner lijkt op een eenvoudige lokale videobewerker, maar je werkt echt online.

j) YouTube

Meestal bewerk je een video voordat je hem online deelt. Het is echter ook mogelijk om dit achteraf te doen. Op YouTube kun je bijvoorbeeld altijd muziek of een ondertiteling toevoegen. Om dit te doen log je in op Youtube Studio en selecteer je Content in het linker menu. Klik op de video die je wilt bewerken en vervolgens op Editor. Hier kan je ondertitels en muziek aan jouw video's toevoegen.

Je kan ook de beeldkwaliteit optimaliseren, zoals belichting, contrast, verzadiging en kleurtemperatuur. En het is eenvoudig om tijdens het afspelen het origineel en de bewerkte video tegelijk te zien. Andere slimme opties zijn het stabiliseren van schokkerig beeldmateriaal, afspelen in slow motion, het versnellen van een langzame timelapse en bijsnijden. Combineer meerdere films en voeg overgangen en titels toe.

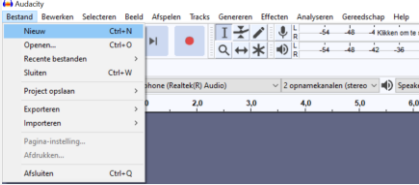
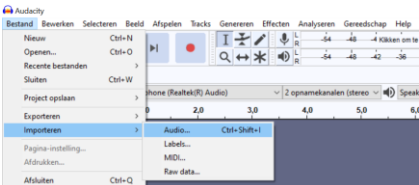
Ga naar deze pagina voor meer informatie over de werking van YouTube Studio.

Audio toevoegen aan video's

Audacity is een open-source geluidsbewerkingsprogramma waarmee je WAV-, AIFF-, Ogg Vorbis- en MP3-bestanden kunt maken, bewerken en opslaan. Audacity is beschikbaar voor

Windows, Mac, Unix en Linux. Het programma kan ook in het Nederlands worden gebruikt. Audacity heeft filters voor het bewerken van geluid.

Tabel 7. Stappen van het toevoegen van audio

Stappen	Theorie	Uitvoering	Screenshots
1	EEN PROJECT AANMAKEN EN OPSLAAN Als je het programma opent, maak je automatisch een nieuw project aan. Je kan ook een nieuw project aanmaken in het programma. Wanneer je een nieuw project start, sla je het best meteen op met de gewenste titel. Sla het bestand verschillende keren op terwijl je werkt. Op die manier vermijd je dat jouw project verloren gaat.	PROJECT AANMAKEN: Klik in het lint op 'Bestand' en vervolgens op 'Nieuw'. PROJECT OPSLAAN: Klik in het lint op 'Bestand' en vervolgens op 'Project opslaan'. Je kan dan kiezen voor 'Project opslaan' of 'Project opslaan als...'. Wanneer je klikt op 'Project opslaan als...', kies je de bestandsnaam voor jouw project.	PROJECT AANMAKEN:  PROJECT OPSLAAN: 
2	EEN GELUIDS-FRAGMENT TOEVOEGEN Om een geluidsfragment te kunnen bewerken, moet je eerst een geluidsfragment aan jouw project toevoegen.	EEN GELUIDS-FRAGMENT TOEVOEGEN: Klik in het lint op 'Bestand' en vervolgens op 'Importeren'. Kies vervolgens 'Audio...'. In het venster dat opent, selecteer je het gewenste	EEN GELUIDSFRAGMENT TOEVOEGEN: 

geluidsfragment.

**KNIPPEN,
VERWIJDEREN,
KOPIËREN,
PLAKKEN EN
DUPLICEREN VAN
EEN
GELUIDSFRAGMENT**

Wanneer je een geluidsfragment *knipt*, wordt het geselecteerde fragment uit het hele geluidsbestand verwijderd en wordt het fragment tijdelijk opgeslagen. Het fragment kan dan op een andere plaats worden geplakt.

3

Wanneer je een fragment *kopieert*, blijft het hele geluidsbestand ongewijzigd, maar wordt het fragment tijdelijk opgeslagen. Je kan het fragment dan op een andere plaats plakken.

Je kan een geluidsfragment ook *verwijderen* of *dupliceren*. Dupliceren betekent dat je hetzelfde fragment twee keer in hetzelfde geluidsbestand opneemt.

**SELECTEER EEN
FRAGMENT:**

Klik op het beginpunt van het fragment dat geselecteerd moet worden. Sleep de cursor naar het einde van het geluidsfragment dat geselecteerd moet worden.

**KNIP EEN
FRAGMENT:**

Klik op 'Bewerken' en vervolgens op 'Knippen' in het lint.

**VERWIJDER EEN
FRAGMENT:**

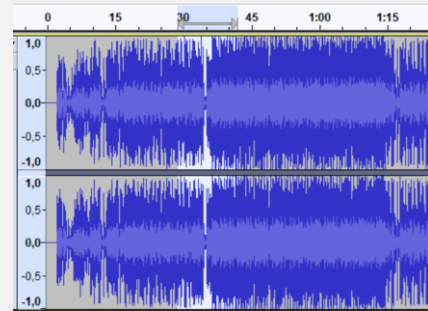
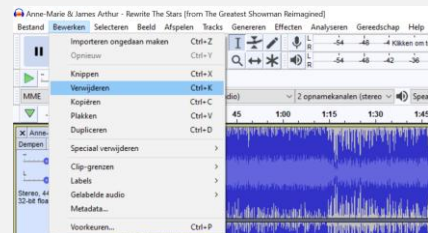
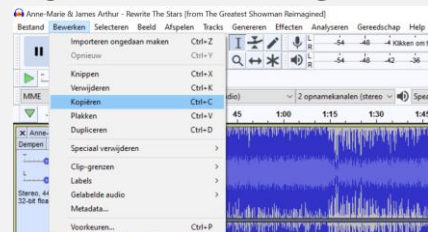
Klik op 'Bewerken' en vervolgens op 'Verwijderen' in het lint.

**KOPIEER EEN
FRAGMENT:**

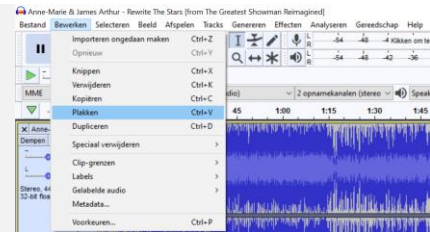
Klik op 'Bewerken' en vervolgens op 'Kopiëren' in het lint.

**PLAK EEN
FRAGMENT:**

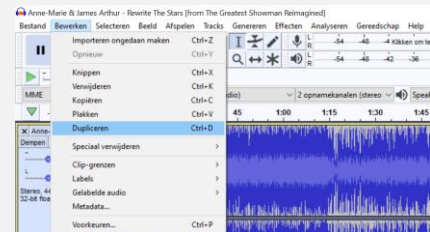
Klik op 'Bewerken' en vervolgens op 'Plakken' in het lint.

**DUPLICEER EEN
FRAGMENT:****SELECTEER EEN
FRAGMENT:****KNIP EEN FRAGMENT:****VERWIJDER EEN
FRAGMENT:****KOPIEER EEN FRAGMENT:****PLAK EEN FRAGMENT:**

Klik op 'Bewerken' en vervolgens op 'Dupliceren' in het lint.



DUPLICEER EEN FRAGMENT:



EEN EFFECT TOEPASSEN

Je kan verschillende effecten toepassen op geluidsfragmenten.

Voorbeelden:

Je kan 'fade-in' of 'fade-out' toepassen op een geluidsfragment om het geluidsfragment langzaam luider te laten worden aan het begin of langzaam zachter te laten worden aan het einde.

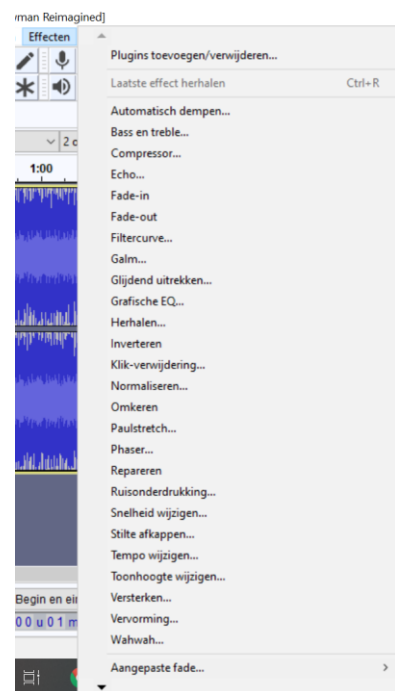
Je kan een echo gebruiken om een geluidsfenomeen te simuleren dat ontstaat door herhaalde weerkaatsing van geluid nadat de geluidsbron is gestopt met spelen.

EEN EFFECT TOEPASSEN:

Selecteer de clip waarop je het effect wil toepassen.

Klik op "Effect" in het lint en kies het gewenste effect uit het keuzemenu.

EEN EFFECT TOEPASSEN:



4

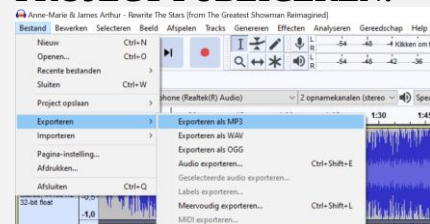
PROJECT PUBLICEREN

Je kan het project alleen openen in het programma Audacity als het de extensie '.aup' heeft. Om ervoor te zorgen dat je het bewerkte geluidsfragment op elke

PROJECT PUBLICEREN:

Klik in het lint op 'Bestand' en vervolgens op 'Exporteren'. Kies vervolgens 'Exporteren als MP3'. Verander de

PROJECT PUBLICEREN:



5



Erasmus+

computer kan openen,
moet je het project
converteren naar een
ander bestandstype. Wij
geven hier de voorkeur
aan MP3.

bestandsnaam in de
gewenste titel en laat
de extensie op '.mp3'
staan.





Erasmus+

Hoofdstuk 5

Samenwerken bij Digitale Storytelling

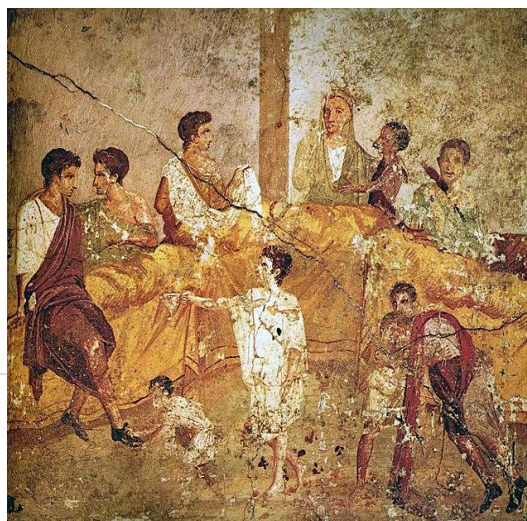


De 21e eeuw heeft een verschuiving teweeggebracht in de mainstream pedagogiek, van een overheersend instructivisme naar de constructivistische pedagogiek. Richardson (1998) vat de belangrijkste kenmerken van de constructivistische pedagogiek samen:

1. Aandacht voor het individu en respect voor de achtergrond van studenten en het ontwikkelen van begrip van en overtuigingen over elementen van het domein (dit kan ook omschreven worden als student-gecentreerd);
2. Faciliteren van groepsdialoog die een element van het domein verkent met het doel te leiden tot de creatie en gedeeld begrip van een onderwerp;
3. Geplande en vaak ongeplande introductie van formele domeinkennis in het gesprek door middel van directe instructie, verwijzing naar tekst, verkenning van een website, of op een andere manier.
4. Mogelijkheden voor studenten om bestaande overtuigingen en inzichten te bepalen, in twijfel te trekken, te veranderen of aan te vullen door middel van taken die voor dit doel gestructureerd zijn; en
5. Ontwikkeling van het metabewustzijn van studenten van hun eigen opvattingen en leerprocessen.

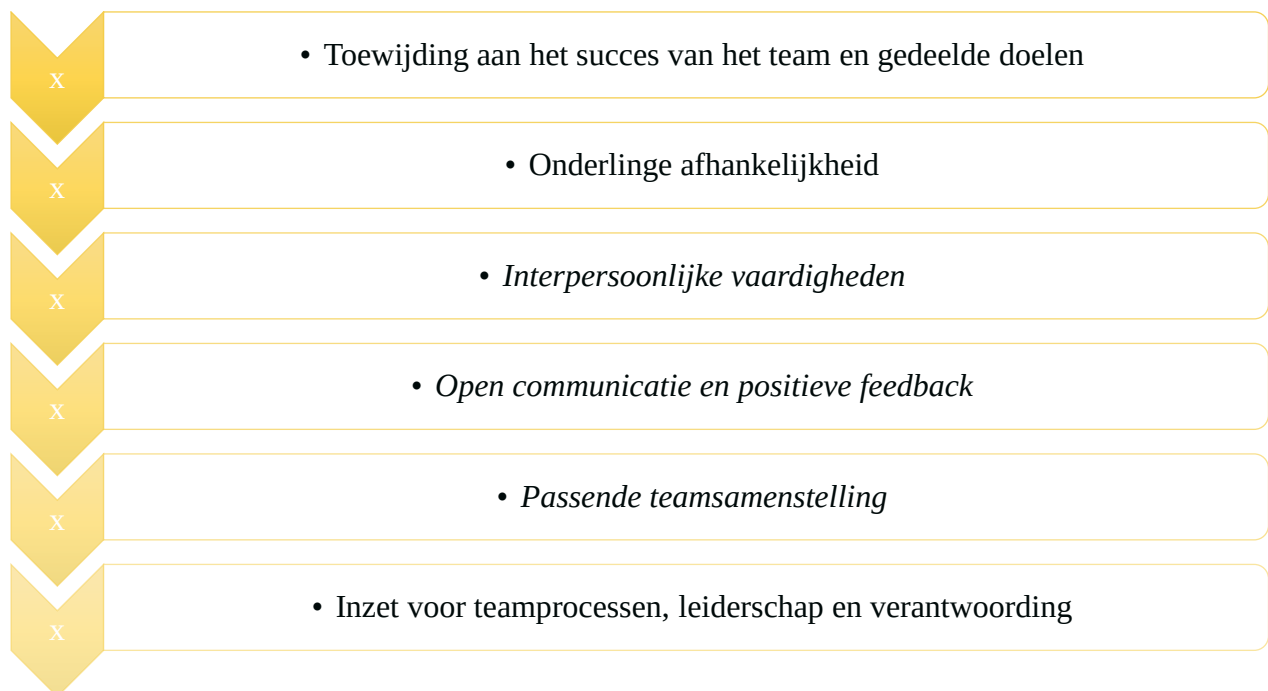
In een constructivistische pedagogie moeten leerontwerpen een studentgerichte teamgerichte leerpedagogiek omvatten, zoals project-, casus-, onderzoek- en probleemgebaseerde scenario's (Oliver, 2001). Studenten moeten worden ondergedompeld in leeromgevingen die echt leren in echte contexten bevorderen. Teams en teamwerk helpen bij het bevorderen van diepgaand leren dat plaatsvindt door interactie, probleemoplossing, dialoog, samenwerking en collaboratie (Johnson & Johnson, 1995). Deze leerontwerpen bevorderen de constructie van kennis omdat ze ingebed zijn in asociale ervaring met een teamomgeving (Vygotsky, 1978). Effectief teamwerk kan van invloed zijn op de succesvolle levering en implementatie van deze leerontwerpen. Tertiaire opvoeders kunnen er niet van uitgaan dat studenten de kennis, het begrip en de vaardigheden bezitten die nodig zijn om een synergetische teamomgeving te creëren en eraan bij te dragen.

De belangrijkste vaardigheden van de 21e eeuw zijn digitale geletterdheid, het vermogen om te communiceren met de gemeenschap, debat, en kennisverwerving innovatie, en de ontwikkeling van samenwerkingsvaardigheden of teamwerk (Chujitarom, 2020). Samenwerken kan een groep mensen succesvol maken, en wordt beschouwd als een van de sleutels tot succes in elk beroep. Daarom kan teamwork ook worden gebruikt om innovatie in computerkunst te bevorderen.



Mensen die in de oudheid samenwerkten

Al sinds de oudheid vormen mensen een groep om hun werk of taken op een eenvoudigere en effectievere manier uit te voeren. Teamwerk verwijst naar de activiteiten waardoor teaminputs zich vertalen in teamoutputs zoals teameffectiviteit en teamtevredenheid. Op een breed niveau is teamwork het proces waardoor teamleden samenwerken om taakdoelen te bereiken (Driskell et al., 2018). In teamwerk zijn er interacties tussen mensen die het uitwisselen van informatie en kennis in actie kunnen brengen. Om aan informatie te komen hebben we een heleboel mogelijkheden. De belangrijkste daarvan: eigen ervaringen, studeren, coaching, mentor, informele netten, goede communicatie etc. Zij kunnen aan de basis staan van teamwork. Voor gemeenschappelijke doelstellingen moeten teamleden niet alleen dicht bij elkaar werken, maar ook samenwerken. Dit betekent dat zij gebruik moeten maken van elkaars kennis en ervaringen. In deze situatie ontstaat de behoefte aan kennisdeling en moet individuele kennis naar een groepsniveau worden getild (Bencsik, 2009). Teamwork heeft 6 componenten die zijn weergegeven in figuur 4.



Figuur 4. Componenten van teamwork

Toewijding aan teamsucces en gedeelde doelstellingen, met teamleden die gemeenschappelijke doelstellingen hebben

Teamleden moeten streven naar teamsucces, gemotiveerd zijn, deelnemen en vastbesloten zijn om het hoogste niveau te bereiken. Het team moet in hoge mate gericht zijn op het afleveren van een kwaliteitsproduct, en mag niet in beslag genomen worden door persoonlijke kwesties die deze doelstelling zouden kunnen onderbreken. Ze faciliteren en koesteren positieve, coöperatieve werkrelaties, gebaseerd op de focus op het ontwikkelen van een eindproduct van hoge kwaliteit dat indruk zou maken op hun opdrachtgever, mentor, collega's en eindgebruikers.

Het hele team is sterk gemotiveerd om beter te presteren dan andere teams en heeft een sterk gemeenschappelijk doel, namelijk een product te willen ontwikkelen dat hun kansen op werk aan het eind van de cursus zou ondersteunen.

Sleutelfiguren

- ✓ Deelnemers begrijpen hun doel en delen hun doelstellingen - de combinatie bereikt de missie
- ✓ De leden moeten een sterk gemeenschappelijk doel hebben
- ✓ Groepen geven elk lid van het team prestige en erkenning
- ✓ Succesvolle teams zijn gemotiveerd om te slagen
- ✓ Er is een sterke betrokkenheid van het team om te slagen
- ✓ De leden hebben sterke gedeelde waarden en overtuigingen
- ✓ Zijn geëngageerd in en tevreden met hun werk
- ✓ Creëren van een teamsfeer die informeel, ontspannen, comfortabel en niet-oordelend is
- ✓ Bevordert de groepscohesie
- ✓ Mensen genieten van regelmatige interactie met mensen die dezelfde interesses en doelen hebben



Succesvol teamwerk berust op synergisme tussen alle teamleden, waardoor een omgeving waarin ze allemaal bereid zijn om bij te dragen en deel te nemen om zo een positieve, effectieve teamomgeving te bevorderen en te koesteren. Teamleden moeten flexibel genoeg zijn om zich aan te passen aan coöperatieve werkomgevingen waarin doelen worden bereikt door

samenwerking en sociale onderlinge afhankelijkheid in plaats van geïndividualiseerde, competitieve doelen (Luca & Tarricone, 2001).

Onderlinge afhankelijkheid

Teamleden moeten meedoen. Interdependent werken in tegenstelling tot onafhankelijk is het beste voor elk individu, waardoor het team zijn doelen op een hoog niveau kan bereiken. De teamleden voelen dat zij een verantwoordelijkheid hebben tegenover de andere leden van het team en dat het succes van het project gebaseerd is op de bijdrage van elk teamlid. Teamleden zijn altijd blij om collega's te helpen wanneer zij moeilijkheden ondervinden. Het team brainstormt proactief over problemen die individuele teamleden ondervinden en biedt hulp aan indien nodig.

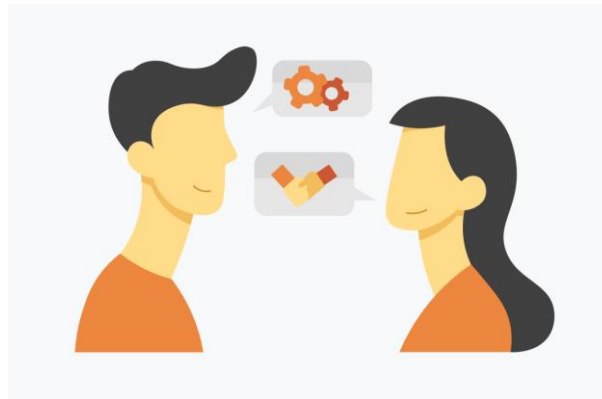


Sleutelfiguren

- ✓ Men kan niet slagen tenzij de andere leden van de groep slagen
- ✓ Samen kan de groep meer opleveren dan de individuen die de groep samenstellen afzonderlijk zouden kunnen doen
- ✓ Teamleden moeten effectief samenwerken om succesvolle systemen te produceren
- ✓ Teamleden werken samen om elkaar te helpen de taak te volbrengen en elkaars succes te bevorderen
- ✓ Teamleden bouwen voort op de capaciteiten van hun medeleden - de combinaties krijgen energie door synergie
- ✓ Teamleden moeten een belang hebben in zowel de groep als in de individuele prestaties
- ✓ Teamleden mogen nooit volledig zelfsturend of volledig onafhankelijk zijn
- ✓ Teams zijn vaak in staat taken te volbrengen die individuen niet kunnen uitvoeren
- ✓ Individuen ervaren een brede waaier van nieuwe ideeën en vaardigheden bij de interactie met teamleden
- ✓ Teamleden leren samen, zodat ze vervolgens als individu beter kunnen presteren

Interpersoonlijke vaardigheden

Het is belangrijk om een zorgzame werkomgeving te bevorderen, om kwesties eerlijk te kunnen bespreken, om wederzijdse steun te bieden, en om respect en betrokkenheid te tonen voor het team en voor het individu. Het team erkent dat de teamleden verschillende persoonlijkheden hadden en problemen ondervonden in verschillende stadia. Zij tonen consideratie voor elkaar, respecteerden en steunden anderen in moeilijke tijden.



Sleutelfiguren

- ✓ Mensen moeten voor elkaar zorgen
- ✓ Leden moeten elkaar beschermen en steunen
- ✓ Gevoelens mogen vrij geuit worden
- ✓ De leden moeten elkaar respecteren en steunen, en realistisch zijn in hun wederzijdse verwachtingen
- ✓ Er is een hoge mate van vertrouwen
- ✓ Leden respecteren en vertrouwen elkaar
- ✓ Vertrouwen, zelfvertrouwen en betrokkenheid binnen de groep bevorderen

Open communicatie en positieve feedback

Er moet worden geluisterd naar klachten en de behoeften van teamleden. De leden moeten bereid zijn opbouwende kritiek te geven en te ontvangen en echte suggesties te doen. Het team erkent dat het een "gezonde zaak" is om problemen of moeilijke kwesties te bespreken en tracht constructieve hulp/kritiek te bieden bij het trachten deze op te lossen. Zij hechten veel waarde aan een open dialoog die teamleden in staat stelt hun zorgen op een niet-defensieve manier te uiten. Zij waren open en eerlijk over alle aspecten van het project.



Sleutelfiguren

- ✓ Geef en accepteer feedback op een niet-defensieve manier
- ✓ Het ideale team zou zeer gediversifieerd moeten zijn in de talenten en kennis die elk lid
- ✓ bijdraagt, terwijl open, niet-bedreigende communicatie wordt gehandhaafd
- ✓ Hechten waarde aan effectief luisteren en communicatie die de behoeften van de groep dient
- ✓ Een open dialoog voeren en communiceren
- ✓ Cultiveer een teamgeest van opbouwende kritiek en authentieke niet-evaluatieve feedback
- ✓ Teamleden moeten open en waarheidsgetrouw zijn
- ✓ Stel leden in staat hun groepsgevoelens te uiten
- ✓ Luisteren naar alle ideeën en gevoelens
- ✓ Conflicten onder ogen zien en er doorheen werken

Passende samenstelling van het team

Dit is essentieel voor het creëren van een succesvol team. Alle teamleden moeten de rol van teamwork begrijpen. Het team is pro-actief in het selecteren van hun teamleden ruim van tevoren voor deze eenheid. Er wordt zorgvuldig nagedacht over de vaardigheden die elk teamlid nodig heeft, en ook over het type persoonlijkheid van elk teamlid.



Sleutelfiguren

- ✓ Succesvolle teams zijn een product van de juiste teamsamenstelling
- ✓ Verduidelijk de rollen, relatietaken en verantwoordelijkheden van de leden

- ✓ Bespreek de verschillen in wat elk lid bij te dragen heeft aan het werk

Commitment aan teamprocessen, leiderschap & verantwoording

Teamleden zijn verantwoordelijk voor hun deelname aan het team. Effectief leiderschap is essentieel voor teamsucces, inclusief gezamenlijke besluitvorming en probleemoplossing. Teamleden zijn zich allen bewust van het belang van ieders rol binnen het team en het proces dat het team gebruikt om de timing en kwaliteit van de vereiste taken te plannen en bij te houden. De projectmanager wordt door het team gerespecteerd en raadpleegt het team altijd alvorens belangrijke beslissingen te nemen. Het team beschikt ook over een aantal kwaliteitsborgingsprocedures die hebben bijgedragen tot het toezicht op de activiteiten en de verantwoordelijkheden van de individuele teamleden.



Sleutelfiguren

- ✓ Tolereert ambiguïteit, onzekerheid en schijnbaar gebrek aan structuur
- ✓ Stimuleren van doelgerichte benaderingen, eerlijke taakverdeling tussen de leden en synchronisatie van de inspanningen
- ✓ Accepteer individuele verantwoording/persoonlijke verantwoordelijkheid
- ✓ Teamleden zijn verantwoordelijk voor hun deel van het werk
- ✓ De leden onderschrijven verdeeld leiderschap
- ✓ Beslissingen worden bij consensus genomen
- ✓ Effectief leiderschap is nodig
- ✓ Groepsdeelnemers, consensus en beslissingen aanmoedigen
- ✓ Experimenteer met nieuwe manieren om effectiever te werken
- ✓ Zoek best practices bij andere teams en andere delen van de organisatie
- ✓ Sta open voor verandering, innovatie en creatieve, gezamenlijke probleemoplossing
- ✓ Onderneem actie om problemen op te lossen zonder op aanwijzingen te wachten
- ✓ De voortgang van het team bewaken
- ✓ Post-projectanalyses uitvoeren om uit te vinden wat werkte en wat niet werkte

Teamwerk en digitale storytelling

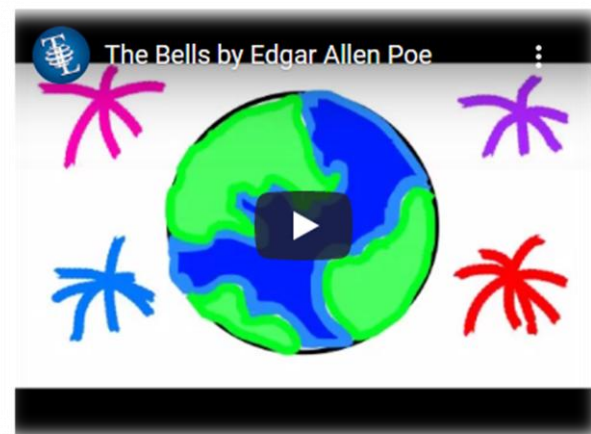
Digitale storytelling biedt leerlingen een krachtige 21e-eeuwse leerervaring die inspeelt op hun interesse in technologie en hun vaardigheden ermee. Het proces van het maken van een krachtig digitaal verhaal biedt leerlingen de kans om te werken aan projectmanagementvaardigheden zoals organisatie, tijdsbeheer, leiderschap, initiatief, doorzettingsvermogen en teamwork.

Succesvol teamwork is gebaseerd op synergie tussen alle teamleden. Omgeving waarin ze allemaal bereid zijn om bij te dragen en deel te nemen om zo een positieve, effectieve teamomgeving te bevorderen en te voeden. Teamleden moeten flexibel genoeg zijn om zich aan te passen aan coöperatieve werkomgevingen waarin doelen worden bereikt door samenwerking en sociale onderlinge afhankelijkheid in plaats van geïndividualiseerde, competitieve doelen (Luca & Tarricone, 2001). teamworkvaardigheden kunnen samen met communicatievaardigheden worden ontwikkeld door gebruik te maken van digitale storytelling in de instructie van de cursussen (Yuksel, Robin & McNeil, 2011). Daarom is het benoemd als een curriculuminnovatie vanwege het vergroten van de nieuwsgierigheid en motivatie van studenten (Hathorn, 2005) en als "een effectieve leeromgeving voor het bevorderen van samenwerking en co-constructie van betekenis" (Yang & Wu, 2012, p. 350) in het onderwijs.

Storytelling kan worden beschouwd als de kern van computerkunst. Dit komt omdat het de taak heeft om de delen van een heel verhaal te coördineren om effectief te communiceren met de kijkers. Het doet dit door verhalen naadloos aan elkaar te naaien met behulp van digitale technieken zoals videoclips, digitaal schilderen, stripillustraties en animatie, etc. (Chujitarom, 2020). Teamwerk en digitale storytelling zijn nauw met elkaar verbonden, omdat goede verhalen moeten ontstaan uit communicatie van de verteller naar het publiek, en als gevolg van feedback. Werken in teamverband maakt het digitale storytelling proces zeer succesvol (Cunsolo et al., 2013). Creative Educator database biedt 6 manieren om digitale storytelling te implementeren om geleterdheid op te bouwen terwijl het dieper nadenken over de bestudeerde inhoud wordt aangemoedigd. Deze ideeën kunnen als teamwork aan de leerlingen worden uitgedeeld.

a) Idee 1: Visuele poëzie

De doelgerichte woordkeus van poëzie moedigt aan tot aandachtig lezen. Laat leerlingen digitale verhaalversies van tekstgedichten maken om te laten zien dat ze de woordkeuze en bedoeling van de auteur begrijpen. Terwijl ze hun visuele gedichten maken, "interpreteren de leerlingen woorden en zinnen zoals ze in een tekst worden gebruikt, inclusief het bepalen van technische, connotatieve en figuurlijke betekenissen, en



analyseren ze hoe specifieke woordkeuzes vorm geven aan betekenis of toon.

Vraag de leerlingen om elke regel of strofe van een gedicht zorgvuldig te lezen en de woordkeuze van de auteur te bespreken. De leerlingen moeten dan beelden zoeken of maken voor elke regel of strofe om de bedoeling van de auteur te illustreren. De leerlingen moeten ook muziek zoeken of maken om de emoties die het gedicht oproept te versterken. Terwijl ze de tekst van het gedicht opnemen, oefenen ze vloeiendheid en intonatie. Het eindproduct is een multimediasversie van het gedicht... een digitaal verhaal dat de kijker helpt de poëzie beter te begrijpen.

b) Idee 2: Boekentrailers

Boekverslagen van leerlingen, zelfs digitale, zijn vaak oppervlakkige informatiedumps: de titel, de auteur, een samenvatting, en een mening. Vraag leerlingen in plaats van zo'n low-level boekverslag een korte, snelle boektrailer te maken. Net als de filmtrailers die leerlingen kennen, moeten boektrailers zo worden ontworpen dat ze het publiek aan het denken zetten en de tekst zo laten zien dat de kijker gemotiveerd wordt om dit specifieke boek uit de bibliotheek te kiezen.

Zorg ervoor dat de boektrailers van de leerlingen verder gaan dan de basisinformatie over een boek. Leerlingen moeten wat ze weten over de personages en het conflict gebruiken om de kijkers met het verhaal te verbinden. Ze vatten het verhaal samen en gebruiken overtuigende technieken om anderen tot lezen te verleiden, ze leren hoe ze media kunnen gebruiken om gedrag te veranderen en ontwikkelen een beter begrip van hoe de massamedia diezelfde technieken gebruiken.

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.



c) Idee 3: Nieuwsbericht



Onze leerlingen zijn opgegroeid met televisiekijken. Veel leerlingen besteden bijna net zoveel tijd aan tv-kijken als aan school! Een van de weinige televisieprogramma's waar kinderen niet graag naar kijken, is natuurlijk het journaal. Daag je leerlingen uit om een nieuwsreportage te bedenken waar ze echt naar zouden willen kijken, gebaseerd op de inhoud die ze leren.

Leerlingen die een interessant nieuwsbericht maken, moeten de informatie ordenen en samenvatten, zodat ze de inhoud beter begrijpen en vasthouden. Om duidelijk en beknopt te zijn, moeten de leerlingen zich concentreren op interessante, nauwkeurige woordenschat en terminologie. Tijdens het oefenen en opnemen van de verslagen oefenen ze intonatie en bouwen ze vloeiendheid op.

d) Idee 4: Videobiografie

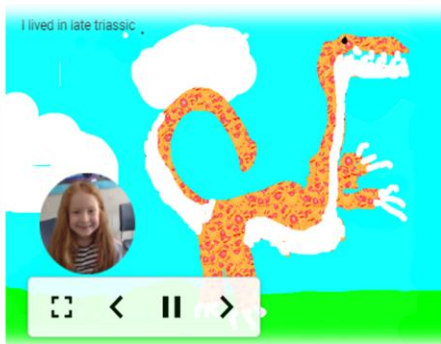
Er zijn maar weinig taken op school waar leerlingen meer tegenop zien dan het schrijven van een biografie. Leerlingen motiveren om hun beste werk te maken is soms moeilijk, vooral wanneer ze beseffen dat niemand anders dan hun leerkracht hun werk zal zien.

Om het schrijven van leerlingen extra belangrijk te maken, creëer je een publiek dat groter is dan de muren van je klaslokaal. Herinner leerlingen eraan dat biografieën niet altijd boeken zijn ... misschien hebben ze televisieprogramma's over een favoriete zanger of muzikant bekeken of genoten van een A&E-biografie over iemand die ze bewonderen.



Door biografieën op een digitale manier te vertellen, voorkom je dat het een opsomming wordt van feiten die niets met elkaar te maken hebben. Als leerlingen hun onderzoeksresultaten combineren met beeld, geluid en andere media om een boeiend verhaal te maken, leren ze dat zelfs biografieën informatief en krachtig kunnen zijn.

e) Idee 5: Interviews



Opdrachten waarbij leerlingen wordt gevraagd informatie samen te vatten en te delen in de vorm van een verslag of presentatie, kunnen gemakkelijk worden voltooid door kopiëren en plakken uit bronnenmateriaal. Leerlingen vragen om hun onderzoeksresultaten te presenteren in de vorm van een interview met een eerste persoon, wat informatiedumping veel moeilijker maakt.

Een typisch interview is een vraag-en-antwoordsessie tussen twee mensen, maar je kunt de definitie uitbreiden tot dieren, virussen, of zelfs een historisch artefact. Het interviewen van niet-menselijke onderwerpen, zoals het poliovaccin of de boot die Washington gebruikte om de Delaware over te steken, biedt geweldige mogelijkheden voor de leerlingen om zich uit te drukken.

Een interview in de eerste persoon vereist van de leerlingen dat ze de informatie in hun eigen woorden hercoderen. Het helpt hen feiten en ideeën te ordenen, te combineren en te prioriteren. In een wereld die overspoeld wordt met informatie, helpt het interviewen leerlingen beseffen dat weten welke vragen je moet stellen - en hoe je ze moet stellen - net zo belangrijk is als alle antwoorden kennen.

f) Idee 6: Public Service Announcements

Veel van de belangrijke thema's van vandaag, zoals klimaatverandering en volksgezondheid, overschrijden de grenzen tussen taal, wetenschap en sociale studies.





Erasmus+

Maak gebruik van de passies van leerlingen door hen te vragen publieke aankondigingen (PSA) te maken die kijkers informeren over deze kwesties en hen aanmoedigen om actie te ondernemen.

Om een effectieve PSA te maken, moeten leerlingen krachtige communicatoren worden die organisatie, stem en woordkeuze kunnen gebruiken om bewustzijn te creëren en gedrag te veranderen. Het ontwikkelen van een PSA biedt ook een authentieke reden om rekening te houden met het publiek en om informatief, verhalend en overtuigend schrijven te combineren.

Casusvoorbeelden

Digital Storytelling realisatieproces kan een echte ondersteuning zijn voor de ontwikkeling van professionele competentie. Het is een manier om de eigen reflectieprocessen en die van anderen expliciet te maken, en dus om metacognitie en het ontlokken van stilzwijgende kennis aan te moedigen en uiteindelijk om teambuilding te bevorderen. Hier zullen we verschillende onderzoeksvoorbeelden geven die zich richten op digital storytelling en teamwork. Deze studies werden uitgevoerd in een experimenteel design door professionele academici en/of door gekwalificeerde trainers in niet-formele onderwijsvormen. Ook al zijn de doelgroepen verschillend van elkaar, het zal mogelijk zijn om ze aan te passen en toe te passen op verschillende doelgroepen. Ons doel met het geven van deze voorbeelden is om opvoeders te inspireren die de digital storytelling methode willen gebruiken in educatieve omgevingen.

a) Casus 1. Digitale storytelling voor effectieve teambuilding en competentieontwikkeling

Corrado Petruco van de Universiteit van Padua in Italië voerde in 2013 een experimenteel onderzoek uit naar het gebruik van digitale storytelling in een groep professionals op het gebied van veiligheid in de gezondheidszorg: artsen, dierenartsen, biologen, chemici, voedingsdeskundigen en preventietechnici, van het regionale gezondheidssysteem van Veneto (Noord-Italië). In dit opzicht is het een goed voorbeeld voor digitale storytelling in het volwassenenonderwijs.

Ten eerste namen de deelnemers aan het onderzoek deel aan een training waarin ze leerden eenvoudige softwaretools te gebruiken om kleine verhalende video's te maken over hun professionele dagelijkse praktijk. Tijdens de korte cursus kregen ze ook een inleiding tot het narratieve, waarbij ze bijvoorbeeld leerden hoe ze een eenvoudig storyboard konden schrijven volgens een "verhaalgrammatica" waarin setting, hoofdpersonages, conflict en oplossing, gebeurtenissen, begin en einde werden geïdentificeerd. Om hun eigen digitale verhalen te realiseren, werkten ze samen in kleine teamgroepen van 4-5 personen en elke groep koos een specifiek werkonderwerp dat in hun vorige beroepservaringen aan bod was gekomen. Om het "beste verhaal" te selecteren dat ze in een digitale storytelling wilden ontwikkelen, vertelden ze elkaar "oorlogsverhalen"; dat wil zeggen, zoals een figuurlijke betekenis suggereert, ze vertelden verhalen over uitdagingen die ze op het werk hadden gekregen en over moeilijkheden die overwonnen moesten worden. Voor elk verhaal probeerden ze de meest cruciale

onderwerpen en context te identificeren en te bespreken. Het verhaal kon ofwel rechtstreeks verband houden met reële problemen en mogelijke oplossingen waarbij zij betrokken waren geweest of waarover zij hadden gehoord van anderen die er rechtstreeks bij betrokken waren. Zij konden er ook voor kiezen een "fictief verhaal" te schrijven, maar met behoud van alle elementen die in de reële contexten aanwezig waren.

Na de beslissing over waarover te spreken, moesten de groepen een specifiek publiek kiezen voor de Digital Storytelling die ze zouden hebben gemaakt. Ze identificeerden vier mogelijke doelgroepen: 1) hun leeftijdsgenoten in de gemeenschap, 2) scholen/studenten, 3) instellingen en voedingsbedrijven, 4) consumenten en burgers. Van de in totaal 14 gerealiseerde video's waren er maar liefst 8 gericht tot collega's: dit werd beschouwd als een belangrijk element, gekoppeld aan de bereidheid om onder leden van de gemeenschap ervaringen uit te wisselen over specifieke professionele procedures die in diverse regionale gebieden sterk uiteen kunnen lopen (bijvoorbeeld procedures voor chemische controle van water, voor het testen van histamine in vis, voor de eetbaarheid van paddenstoelen, voor het nemen van monsters van zeevruchten, enzovoort). Alle video's werden ook geclassificeerd volgens de manier waarop zij het probleem belichten:

- de meeste van hen 11, (79%) stellen een probleem voor dat op een "redelijke" manier is opgelost;
- terwijl 2 (14%) een opgelost probleem expliciet maken, maar niet op een volledig bevredigende manier;
- slechts 1 (7%) een probleem liet zien waarop nog geen antwoord is gevonden.



Deze bevindingen ondersteunen dat de gemeenschap van professionals zeer geïnteresseerd was in het gebruik van de digitale storytelling in hun werkomgeving als een gedeeld artefact en als een generatief proces. Uit de feedback van de deelnemers en de interviews bleek duidelijk dat professionals, door hen in staat te stellen in het verhaal van een ander over een specifiek probleem te kijken, de mogelijkheid kregen om na te denken over hun eigen acties in vergelijkbare situaties en over hun eigen professionele praktijken.

Het gezamenlijk schrijven van verhalen op het storyboard, waarin een actueel probleem en de mogelijke oplossing ervan worden beschreven, is een manier om de eigen reflectieprocessen en die van anderen expliciet te maken, en dus om metacognitie en de ontsluiting van stilzwijgende kennis aan te moedigen, en uiteindelijk om teambuilding te bevorderen.

b) Casus 2. Het effect van een digitaal storytelling project op samenwerkingsvaardigheden



Öztürk en Tunç (2017) voerden een onderzoek uit met als doel de functie van een digitaal storytelling project te onderzoeken in de samenwerkingsvaardigheden van Fine Arts middelbare scholieren samen met hun communicatieve vaardigheden. De deelnemers bestonden uit 19 middelbare scholieren. Twee digitale storytelling projecten werden gerealiseerd. Het eerste project was het proefproject en duurde ongeveer 12 weken. Na het eerste project werd een evaluatie gemaakt en het tweede project werd opgezet met een strikt schema en heeft 10 weken geduurd.

In beide projecten werden de groepen verdeeld in taakverdelingen, deze zijn; scenario, storyboard, ontwerpproces inclusief karakterontwerp en achtergrondontwerp, animatie en montage inclusief technische planning, generiek (deze groep werd alleen in het hoofdproject gevormd) en muziekontwerp met storytelling en achtergrondmuziek. Er werden groepen gevormd en de taken werden door de studenten verdeeld. Bovendien waren sommige studenten tegelijkertijd betrokken bij verschillende groepen, aangezien het collaboratieve karakter van het digitale vertelproces geen strikte regels kent; het is flexibel in termen van teams. Bovendien was er niet alleen interactie binnen de groep; er was ook interactie met andere groepen. Hoewel sommige groepen slechts uit 1 student bestonden, werden alle beslissingen als een geheel genomen. Bovendien, door het delen van taken in plaats van individueel te werken aan het hele project, creëerden alle studenten samen één digitaal verhaal in elk project. Bovendien kwamen ze regelmatig samen, één keer per week, en tijdens deze bijeenkomsten deelden de studenten met alle andere studenten wat ze hadden gedaan en wat ze in de volgende fasen zouden doen. Een van de onderzoekers probeerde hen te begeleiden in hun werk en gaf feedback over hun werk. Ze gaf ook een korte uitleg over wat er de volgende week tijdens deze bijeenkomsten moet gebeuren.

Tabel 8. Het sollicitatieproces (Öztürk and Tunç, 2017)

Weken	Activiteiten
118 Pagina	
www.storyland-project.com	
 StoryLand	
info@storyland-project.com	



Erasmus+

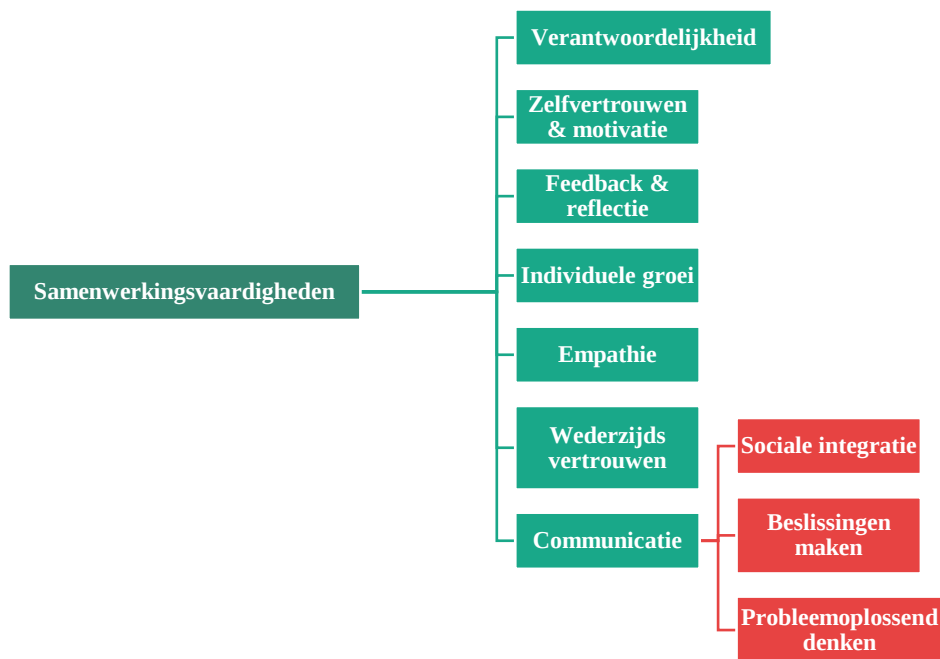
1ste en 2de week	Digitale storytelling werd geïntroduceerd aan de studenten door voorbeelden te laten zien. Verder werden het project en de fasen ervan uitgebreid uitgelegd.
3de en 4de week	De groepen werden gevormd op basis van de belangstelling van de leerlingen; het hoofdthema werd bepaald door te brainstormen in de klas en het scenario en het procesgroep begonnen te werken.
5de week	Terwijl de scenaristen aan het werk waren, werd het onderzoek over visuals gepresenteerd.
6de week	De scenaristen presenteerden het scenario aan de klas voor hun commentaar. Vervolgens werden er wijzigingen aangebracht en werd de laatste versie van het Scenario zo gemaakt. De storyboardontwerpers kregen de opdracht om de volgende week aan het scenario te werken.
7de week	De storyboardontwerpers presenteerden hun werk aan de klas en de definitieve versies van de storyboards werden vastgesteld. Omdat de digitale storytelling visuele schetsen waren, werden de personage-ontwerpers verteld om aan de slag te gaan.
8ste week	Onder leiding van de scenaristen werd begonnen met de ontwerpen van de personages. In die tijd probeerden de studenten in de montagegroep programma's te vinden die digitale storytelling technisch ondersteunen. Verder gingen de studenten in de muziekgroep op zoek naar muziek.
9de week	Terwijl de karakterontwerpen werden voortgezet, begon de animatiegroep aan het werk. De programma's met betrekking tot montage werden geïnstalleerd en ze werden getest door de technische planningsgroep. De dialogen in digitale storytelling werden gemaakt door de scenaristen.
10de week	De onderzoeken in verband met de programma's en de ontwerpprocessen van de personages werden voortgezet. De personageontwerpers namen voortdurend feedback van teamgenoten en de projectmanager aan.
11ste week	Het personage-ontwerp en het animatieproces waren klaar en de informatie over de animatie werd gegeven aan de studenten die in de montage groep (inclusief technische planning en muziek). Daarom ging de montage groep aan de slag.
12ste week	De beelden werden bewerkt in een van de computerprogramma's en de muziek werd geselecteerd uit de archieven die de studenten hadden gemaakt. De opname voor het vertellen van het verhaal werd gemaakt en het effect werd toegepast op de opgenomen stem. Aan het eind werd al het materiaal geïmporteerd in een ander computerprogramma om de animatie samen te stellen.

Na het pilootproject werd een evaluatie gemaakt op basis van de feedback van de studenten en de notities van de onderzoeker; de onderzoekers stelden vast dat het scenario meer tijd in beslag nam dan verwacht en dat het tijdschema van het project niet goed beheerd kon worden door de andere cursussen van de studenten. Daarom werd het hoofdproject, dat in het lenteseizoen 2014-2015 werd gerealiseerd, ontworpen met een strikt schema en duurde het 10 weken. Het hoofdproject volgde bijna dezelfde stappen als het proefproject, alleen werd het laatste deel

aangevuld met het maken van generieke informatie. Hoewel deze stappen niet de enige procedures zijn om digitale storytelling te implementeren, kunnen ze door docenten in hun klas gebruikt worden om technologie te integreren of te gebruiken voor het maken van digitale storytelling.

De bevindingen gaven aan dat in dit project de implementatie van digitale storytelling de teamwerkvaardigheden in veel opzichten verbeterde. Het ontwikkelde wederzijds vertrouwen tussen de teamleden en resulteerde in verantwoordelijkheid voor de groepsleden en het project. Er werd ook aangegeven dat als gevolg van dit project, studenten zichzelf ontwikkelden door hun fouten te zien en te leren van andere leden. Bovendien hielp dit project de studenten om hun ideeën aan de andere leden te laten zien om tot een betere oplossing te komen. Ze voelden zich vrij om zich uit te drukken en hun ideeën te delen; dit verhoogde hun motivatie. Doordat ze een bijdrage leverden, hadden ze echt plezier in het project en dat zorgde voor meer betrokkenheid bij het proces en meer voldoening uit het teamwerk. In het algemeen verbeterde teamwerk de vaardigheden van de studenten en droeg het op een positieve manier bij tot hun onderwijsleven in deze steekproef.

Volgens de bevindingen van deze studie namen de teamwerkvaardigheden van de studenten toe met de aspecten en vaardigheden die in figuur 2 worden getoond.



Figuur 4. Teamwerk en gerelateerde vaardigheden (Öztiürk and Tunç, 2017)



Erasmus+

c) Casus 3. Digitale storytelling door middel van teamwork gamification model

Deze case is recenter in vergelijking met de vorige. Chujitarom (2020) voerde een verhaal uit in Thailand met als doel digitale storytelling te ontwikkelen door het gebruik van teamwork gamification model om innovatieve computerkunst aan te moedigen. De steekproefgroep omvatte 6 deskundigen in verwante gebieden, en 35 bachelorstudenten. De onderzoeksmethodologie kan worden onderverdeeld in vier fasen:

Fase 1 is de ontwikkeling van een digitale storytelling door middel van het teamwork gamification model om innovatieve computerkunst te creëren. Dit omvatte:

- De studie van theorieën en gerelateerd onderzoek;
- Analyseren en synthetiseren van een onderzoekskader;
- Ontwerp en ontwikkeling van een model, voornamelijk gericht op digital storytelling, teamwork, gamification, computerkunst, innovatie en instructieontwerp;
- Opzetten van een meetinstrument.

Fase 2 is de evaluatie en certificering van digitale storytelling door het teamwork gamification model om innovatieve computerkunst aan te moedigen. Dit omvatte:

- Het voorleggen van het model aan 6 experts ter evaluatie op geschiktheid;
- Het ontwikkelen van het model volgens de suggesties van de deskundigen;
- Samenvatten van het model in de vorm van een diagram.

Fase 3 omvatte de implementatie van het model met behulp van een steekproefgroep bestaande uit 35 bachelorstudenten, academisch jaar 2018, Faculteit Digitale Kunst, Rangsit Universiteit. Hen werd gevraagd om een verhaal aan elkaar te vertellen door de tekst van een lied te interpreteren. Hetzelfde liedje werd gebruikt voor de hele groep. Elke persoon kon zijn verhaal op een creatieve manier vertellen, met alle personages, volgens hun persoonlijke idee. Daarom traden ze allemaal op als verteller, en werd hen gevraagd een verhaal te creëren via het proces van digitale storytelling.

Ze waren ook vastbesloten om als team te werken door zich in te zetten voor het succes van het team en gedeelde doelstellingen, door onderling afhankelijk te zijn, door blijf te geven van interpersoonlijke vaardigheden, door blijf te geven van open communicatie en door positieve feedback te geven en te ontvangen, door te begrijpen dat de juiste teamsamenstelling essentieel is voor het creëren van een succesvol team en door zich in te zetten voor teamprocessen, door leiderschap te tonen en door verantwoordelijkheid te aanvaarden. De opdracht is dat iedereen een verhaal moet schrijven en een korte animatie moet maken op basis van zijn eigen creatieve ideeën, één zin per nummer. Iedereen brengt dan de korte animatie samen en combineert het hele liedje. De output is één lange muziek animatie video waar iedereen aan heeft meegewerkt door elk één zin te bedenken en te maken. Dit bespaart tijd bij het maken van een lange muziek animatie video.

Fase 4 is de meting van de computerkunstinnovatie. De 35 studenten die deel uitmaken van de steekproef krijgen de gelegenheid om de montageanimatie te bekijken, die de output is van de computerkunstinnovatie van het ontwikkelde model. Daarna vullen ze de vragenlijst in, die 2 opties 'Ja' en 'Nee' heeft, en bestaat uit 3 vragen over innovatie computerkunst, originaliteit, economie of sociaal voordeel, kennis en een origineel idee.



Figuur 5. Het process van het onderzoeksmodel (Chujitarom, 2020).

Alle 6 Experts waren het erover eens dat het ontwikkelde model op het hoogste geschikte niveau is in termen van het creëren van innovatie in computerkunst. De 35 studenten in de steekproef waren het erover eens dat de output van het ontwikkelde model op het hoogste geschikte niveau is in termen van het verbeteren van innovatieve computerkunst. Uit alle bevindingen kan geconcludeerd worden dat de toepassing van digital storytelling op gamification en op teamwork kan leiden tot innovatieve computerkunst van goede kwaliteit. Dit kan productietijd besparen, het budget minimaliseren, de productiviteit verhogen, originaliteit aanmoedigen en gunstig zijn voor de huidige economie. Als resultaat kunnen digitale storytelling, gamification en teamwork worden gebruikt om innovatieve computerkunst te creëren. Dit zal op vele manieren bijdragen aan de ontwikkeling van de digitale economie.

d) Casus 4. Een collaboratief digitaal videoproject in een technologische leeromgeving

Hafner en Miller (2011) gaven in dit rapport een toelichting op het syllabusontwerp en de implementatie van een cursus Engels voor Wetenschap en Technologie (EST) aan een Engelstalige universiteit in Hongkong. Een belangrijk onderdeel van de cursus was een student-gecentreerd digitaal videoproject, waarin studenten een multimodale wetenschappelijke documentaire maakten en deelden. Een reeks nieuwe technologieën en Web 2.0 platformen (waaronder YouTube en Edublogs) werden geïntegreerd in het projectproces om zo een technologisch rijke leeromgeving te creëren. De deelnemers aan deze studie waren afkomstig uit een cohort van 67 universitaire wetenschapsstudenten die deelnamen aan een cursus in EST.

De cursus werd hoofdzakelijk georganiseerd rond een project van studenten Engels voor Wetenschappen. De studenten kregen een projectopdracht, vergelijkbaar met de opdrachten

voor practica of projecten in hun eigen vakgebied, waarin de procedure van een eenvoudig experiment werd beschreven. Om het project te voltooien werkten de leerlingen in groepjes van drie om:

1. Achtergrondonderzoek te doen en een hypothese voor het experiment te ontwikkelen;
2. Het experiment uit te voeren, de procedure en de resultaten te documenteren;
3. Hun bevindingen aan hun klasgenoten te presenteren in de vorm van een multimodale wetenschappelijke documentaire (in te leveren door de groep in week 7 van de cursus) en een geschreven wetenschappelijk verslag (in te leveren door de groep in week 14).

Er werden een aantal maatregelen genomen om het samenwerkend leren bij het digitale videoproject te vergemakkelijken. Om de studenten te helpen bij het vormen van hun projectteams vroegen we hen na te denken over de rollen die ze zouden moeten vervullen bij het voltooien van het project: onderzoeker, veldwerker, scenarioschrijver, regisseur, acteur, cameraman en editor. De studenten werden aangeraden teamgenoten te vinden met complementaire interesses en vaardigheden. Om de studenten te helpen met hun tijdbeheer, stelden we duidelijke doelen voor de verschillende fasen van het project en bespraken we de voortgang met de studenten in de klas. Van de studenten werd bijvoorbeeld verwacht dat ze in week 4 van de cursus hun gegevensverzameling hadden voltooid en in week 5 hun script hadden ontwikkeld. Om studenten te helpen de groepsdynamiek in hun team te bewaken, vroegen we hen ten slotte de doeltreffendheid van hun teamwerking te evalueren, door een korte vragenlijst over mogelijke problemen in te vullen. Het belangrijkste doel van deze laatste strategie was de studenten bewust te maken van mogelijke problemen en een platform te bieden voor het bespreken van dergelijke problemen als de nood aan de man zou komen.



In de planningsfase leerden de leerlingen verschillende zoekmachines en online databanken van het Internet te gebruiken om informatie die relevant was voor hun experiment te vinden en te evalueren. Dit proces werd ondersteund door een klassikale leesworkshop, die de vorm aannam van een Webquest (Dodge, 1995) en tot doel had kritische leesvaardigheden te ontwikkelen. In de film- en montagefase leerden de leerlingen DV-camera's te gebruiken om beelden en films op te nemen, en bewerkingssoftware om commentaar, muziek, tekst en eenvoudige effecten zoals overgangen toe te voegen. Dit proces werd ondersteund door twee klassikale

videoworkshops: De eerste workshop, in week 3, was gericht op het maken van een digitaal verhaal met Photostory 3 voor Windows; de tweede, in week 6, was een sessie om problemen op te lossen. Naast de technologische hulpmiddelen die in de klas werden geïntroduceerd, werd technische ondersteuning voor een reeks andere hulpmiddelen (bv. Windows MovieMaker, iMovie) aangeboden via online gidsen en screencasts op een cursuswebsite, en leerlingen werden aangemoedigd om deze andere hulpmiddelen te verkennen en te gebruiken. Ten slotte, in de fase van het delen, uploaden de leerlingen hun video's naar het YouTube-kanaal van de cursus. Deze werden dan ingebed in de weblog van de cursus, zodat de leerlingen commentaar en feedback over hun eindproducten konden geven. Dit online delen werd aangevuld met een face-to-face sessie in de klas, waar studenten elkaars documentaires bekeken en feedback gaven. Het doel van deze sessie was de leerlingen de kans te geven hun werk te laten zien en de creatie van de documentaires te vieren.

Uit het commentaar van de leerlingen blijkt dat ze het digitale videoproject nieuw, leuk, uitdagend en zinvol vonden. Uit hun opmerkingen blijkt ook dat ze veel investeerden in het digitale videoproject en gemotiveerd waren om controle te nemen over veel aspecten van hun leren: zelfstandig oefenen en gebruiken van het Engels bij de voorbereiding van hun video's, zelfstandig het internet verkennen bij het zoeken naar informatie, werken als een team om elkaars leren te monitoren, vragen om en geven van peer support bij taal- en inhoudelijke kwesties, gebruik maken van de cursusweblog als een online ruimte voor reflectie op het leren. Uit deze verslagen blijkt dat het digitale videoproject en de bijbehorende technologische leeromgeving de leerlingen mogelijkheden boden om hun leren in eigen hand te nemen en dat de leerlingen hiervan gebruik maakten om hun capaciteiten als autonome leerlingen uit te oefenen.

e) Casus 5. IOGGA- Vertel me je verhaal



IOGGA (Inside Out: Growing Gender Awareness) was een training die door de Europese Commissie werd toegekend en waaraan 24 deelnemers uit 9 landen deelnamen. De training vond plaats in Felsőörs, Hongarije en werd geleid en gehost door Anthropolis Association. In deze niet-formele leeromgeving was het doel van de training om het genderbewustzijn te vergroten in activiteiten met jongeren die door sociale actoren in Europa worden uitgevoerd. Een van de specifieke doelstellingen was om na te denken over persoonlijke verhalen en



Erasmus+

stereotypen in onze sociale omgeving. Om deze specifieke doelstelling te bereiken, werd een twee uur durende sessie ontworpen en uitgevoerd. De deelnemers werden verdeeld in 6 groepen, zodat elke groep 4 leden had.

- Elk lid van elke groep deelde een herinnering over hun eigen leven in hun groep
- Elk groepslid begon het verhaal van de ander te vertellen op een flipchart (met behulp van tekst, tekeningen, symbolen, enz.)
- Andere groepsleden vulden elkaars verhalen aan met hun eigen perspectieven en verbeelding.
- Zo zag ieder groepslid zijn eigen verhaal door de ogen en de verbeelding van drie verschillende mensen.
- De verhalen op de flipcharts werden verzameld, en hun foto's werden genomen en overgebracht naar de digitale media. Zo had iedereen die de training bijwoonde een digitaal verhaal.

Zoals men kan zien, werd het digitale verhaal hier overgebracht naar de digitale omgeving nadat het was gecreëerd met concrete materialen zoals papier en potlood, in plaats van direct in de digitale omgeving te worden gecreëerd. Dit is een van de methoden die kunnen worden gebruikt bij digitale storytelling. Aan het einde van deze sessie is de communicatie en samenwerking tussen de deelnemers toegenomen; er is een teamgeest gevormd; het wederzijds vertrouwen en inlevingsvermogen zijn toegenomen en er is meer efficiëntie uit de volgende sessies gehaald.



Erasmus+

Referenties

- Bencsik, A. (2009). Teamwork in education. *Problems of Education in 21st Century*, 10, 9-20.
- Chujitarom, W. (2020). Digital storytelling through teamwork gamification model to encourage innovative computer art. *TEM JOURNAL*, 9(2), 550-565.
- Cunsolo Willox, A., Harper, S. L., Edge, V. L. (2013). 'My Word': Storytelling and digital media lab, & rigolet inuit community government. *Qualitative Research*, 13(2), 127-147.
- Driskell, J.E., Salas, E., & Driskell, T. (2018). Foundations of teamwork and collaboration. *American Psychologist*, 73, 334-348.
- Hafner, C.A., & Miller, L. (2011). Fostering learner autonomy in English for science: A collaborative digital video project in a technological learning environment. *Language Learning & Technology*, 15(3), 68-86
- Hathorn, P. (2005). Using digital storytelling as a literacy tool for the inner city middle school youth. *The Charter Schools Resource Journal*, 1(1), 32-38
- Johnson D, W., Johnson, R. T., & Johnson-Holubec, E. (1998). *Cooperation in the classroom*. (7th ed.). Edina, MN: Interaction Book.
- Oliver, R. (2001). Developing e-learning environments that support knowledge construction in higher education. In S. Stoney & J. Burn (Eds). *Working for excellence in the e-economy*. (pp 407-416). Churchlands: Australia, We-B Centre.
- Ozturk, A. & Özlem, A. (2017). The effect of digital storytelling project on fine arts high school students' teamwork skills. *Journal of Educational and Instructional Studies in the World*, 7, 46-56.
- Petrucchio, C. (2013). Digital storytelling for effective team building and competencies development. *EDULEARN13 Proceedings*, 6159-6165
- Richardson, V. (2003). Constructivist Pedagogy. *Teachers College Record*, 105, 1623-1640.
- Tarricone, P. & Luca, J. (2002) Successful teamwork: A case study, in *Quality Conversations, Proceedings of the 25th HERDSA Annual Conference, Perth, Western Australia, 7-10 July*, pp 640
- Vygotsky, L. (1978). *Mind in society*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Yang, Y-T. C., & Wu, W-C. I. (2012). Digital storytelling for enhancing student academic achievement, critical thinking, and learner motivation: A year-long experimental study. *Computers and Education*, 59(2), 339-352
- Yuksel, P., Robin, B. & McNeil, S. (2011). Educational uses of digital storytelling all around the world. In M. Koehler & P. Mishra (Eds.), *Proceedings of SITE 2011--Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (pp. 1264-1271).



