



StoryLand



PRIROČNIK ZA DIGITALNO PRIPOVEDOVANJE ZGODB

Vse, kar morate vedeti za pripravo lastne
digitalne zgodbe





Erasmus+

Ime projekta:

- ✓ New E-Artistic English Learning Approach For Adults

Številka projekta:

- ✓ 2020-1-TR01-KA227-ADU-098764

Vodja projekta:

- ✓ Direktorat za izobraževanje province Van – Turčija

Partnerji:

- ✓ Zavod Boter - Slovenia
- ✓ UC LIMBURG - Belgium
- ✓ Sportsko učilište PES - Croatian
- ✓ Van Edremit Halk Eğitimi Merkezi - Türkiye
- ✓ RS Planlama Proje İnşaat Eğitim Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi - Türkiye

“Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije (komunikacije) je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.”





Erasmus+

Kazalo

Poglavje 1: Osnovne digitalne spretnosti za uporabo digitalnih orodij	7
Komunikacija.....	8
a) Formalna in neformalna komunikacija.....	8
b) Kako poslati elektronsko sporočilo.....	9
1) E-poštne priponke	13
2) Kako sporočilu priložiti datoteko.....	13
3) Prejemanje e-poštnih sporočil s priponkami in zaščita	14
4) Kako ugotoviti ali so e-poštne priponke varne za prenos?	15
c) Družbeni mediji in družbena angažiranost.....	16
Poslovanje.....	17
SPLETNO NAKUPOVANJE.....	17
1) Registracija.....	17
2) Iskanje oziroma brskanje po trgovskem blagu.....	18
3) Spletni nakup.....	19
4) Zaključek in plačilo naročila	22
5) Kako varno nakupovati?	25
Varnost in zakonitost na spletu	27
a) Nastavitve zasebnosti in ukrepi.....	28
b) Zaščita zasebnosti vzeta z rezervo	29
c) Izogibanje nezaželeni pošti	29
d) Redno posodabljanje e-pošte	29
e) Pametna in skrita gesla.....	30
f) Kako izbrati pametna gesla.....	32
g) Kako gesla zaščitimo.....	33
h) Kaj narediti, če nekdo ukrade geslo.....	34
i) Uporaba piškotkov in zasebnost	34
j) Kako lahko nadzorujem piškotke?	35
Temeljne digitalne spretnosti	35
a) Povezovanje z internetom.....	36
b) Uporaba brskalnika	38
c) Varovanje gesel.....	39
Ravnanje z informacijami in vsebino.....	40
a) Uporaba iskalnikov.....	40
b) Razumevanje katere vsebine so zanesljive	42
Reševanje problemov	43
a) Uvod.....	43
b) Uporaba spletnih učnih gradiv	45
c) Pomembne spletne strani	45
Skupna raba ali deljenje vsebin.....	48
a) Uvod.....	48





Erasmus+

b) <i>Najpogostejše oblike deljenja vsebin</i>	48
1) <i>Objava na družabnih omrežjih</i>	48
2) <i>Zgodba</i>	49
3) <i>Objava na blogu / članek</i>	49
c) <i>Prednosti deljenja vsebin</i>	49
d) <i>Ciljna skupina</i>	50
e) <i>Pomembni napotki</i>	51
f) <i>Deljenje vsebine na družabnih omrežjih</i>	51
g) <i>Kuratorstvo vsebin</i>	51
h) <i>Zakonito deljenje vsebine</i>	52
1) <i>Prepričajte se, da delite pravo vsebino</i>	52
2) <i>Ponudite svojo perspektivo</i>	52
3) <i>Navedite avtorja</i>	52
i) <i>Deljenje vsebin drugih oseb</i>	52
1) <i>Za blog</i>	52
2) <i>Za slike</i>	52
3) <i>Za družbene medije</i>	52
j) <i>Prepričevanje drugih, da delijo vašo vsebino</i>	52
1) <i>Uporabite kakovostne slike</i>	53
2) <i>Povečanje števila delitev vaših vsebin</i>	53
3) <i>Deljenje vsebin z drugimi osebami ali podjetji</i>	53
4) <i>Dodajanje gumba za deljenje (kjer primerno)</i>	53
5) <i>Deljenje vsebin drugih ljudi</i>	53
6) <i>Poskrbite, da bodo vaše vsebine aktualne</i>	53
7) <i>Če želite, da se nekaj deli v večjem obsegu, lahko sledilce prosite, naj še naprej delijo</i>	53
Poglavje 2: Koraki pri ustvarjanju digitalnih zgodb	44
Izbira teme	45
Izbira pravilnega sporočila	47
a) <i>Poznavanje svoje ciljne skupine</i>	47
b) <i>Povezovanje s svojo ciljno skupino</i>	47
c) <i>Vedeti, kakšen cilj želite doseči s svojo zgodbo</i>	48
d) <i>Podpiranje zgodbe s slikami in dejstvi</i>	48
e) <i>Naj bo ustrezna in specifična</i>	49
f) <i>Uporabljanje napetosti pri pripovedovanju zgodb</i>	49
Ustvarjanje scenarija/organizacija zgodbe	50
Izbira vizualnega in avdio materiala za zgodbo	51
A Primer digitalne zgodbe – ustvarjeno s Powtoon	52
Poglavje 3: Iskanje literature o digitalnem pripovedovanju zgodb	57
Digitalno pripovedovanje zgodb	57
a) <i>Pripovedovanje zgodb</i>	58
a) <i>Digitalno pripovedovanje zgodb</i>	59
b) <i>Nastanek in zgodovina digitalnega pripovedovanja zgodb</i>	59
c) <i>Definicije</i>	60
d) <i>Enaindvajseto stoletje in digitalno pripovedovanje zgodb</i>	60
e) <i>Vrste digitalnega pripovedovanja zgodb</i>	62





Erasmus+

1) Osebne zgodbe	62
2) Zgodbe, ki preučujejo zgodovinske dogodke.....	63
3) Informacijske ali poučne zgodbe.....	63
f) Temeljni elementi digitalnega pripovedovanja zgodb	63
1) Stališče	64
2) Ključno vprašanje	64
3) Čustvene vsebine	64
4) Dar vašega glasu	65
5) Moč zvočne spremljave	65
6) Uporaba vsebine	65
7) Tempo.....	65
g) Postopek ustvarjanja digitalnega pripovedovanja.....	66
1) Izbor teme.....	66
2) Raziskovanje teme	67
3) Pisanje prvega osnutka scenarija	67
4) Pridobivanje povratnih informacij o scenariju.....	67
5) Popravek scenarija	68
6) Iskanje, izdelava in dodajanje slik	68
7) Pozor na avtorske pravice.....	68
8) Ustvarjanje storyboarda	68
9) Ustvarjanje glasovnega posnetka	68
10) Dodajanje glasbe v ozadju	69
11) Ustvarjanje digitalne zgodbe	69
12) Deljenje digitalne zgodbe.....	69
h) Orodja za digitalno pripovedovanje zgodb.....	70
i) Izobraževanje in digitalno pripovedovanje zgodb	70
1) Učitelji.....	71
2) Učenci	74
j) Digitalno pripovedovanje zgodb v izobraževanju odraslih	76
k) Raziskave o digitalnem pripovedovanju zgodb in izobraževanju odraslih	78
Literatura	80
Poglavje 4: Več tehničnih podrobnosti o materialih za digitalno pripovedovanje zgodb.....	85
Kako izboljšati fotografske veščine?	86
a) Kako narediti fotografijo s pametnim telefonom, korak za korakom.....	86
1) Očistite lečo	86
2) Tapnite zaslon, da izostrite sliko.....	86
3) Ne povečujte z digitalnim zoomom.....	86
4) Telefon naj bo vzravnán.....	86
5) Poskrbite za dobro osvetlitev	86
6) Spoznajte vse funkcije svojega fotoaparata	87
7) Izklopite bliskavico.....	87
8) Uporabite aplikacijo za urejanje fotografij	87
9) Telefon držite mirno	87
10) Vaja dela mojstra.....	87
b) Kompozicije na vaši fotografiji.....	87
c) Kaj točno pomenita vidik in perspektiva??	89
Programi za urejanje fotografij	94
a) Adobe Photoshop Express.....	94





Erasmus+

b) GIMP.....	95
c) Paint.NET.....	96
d) Pixlr Editor	97
e) Pixlr X	98
Kako narediti posnetek zaslona.....	99
a) Naredite posnetek zaslona s tipko Print Screen.....	99
b) Naredite posnetek zaslona z orodjem za izrezovanje	101
Programi za urejanje videoposnetkov	102
a) MoviePlus Starter Edition.....	102
b) ShotCut.....	102
c) Avidemux.....	102
d) Free Video Editor	103
e) iMovie	103
f) Video Toolbox.....	103
g) Magisto	103
h) WeVideo	104
i) Looper.....	104
j) YouTube	104
Dodajanje zvoka videoposnetkom	104
Poglavje 5: Timsko delo v digitalnem pripovedovanju zgodb.....	108
Zavezanost timskega uspehu in skupnim ciljem, pri čemer imajo člani ekipe skupne cilje.....	111
Soodvisnost.....	113
Medosebne veščine	114
Odprta komunikacija in pozitivne povratne informacije	115
Ustrezna sestava ekipe	115
Zavezanost timskega procesom, vodenju in odgovornosti.....	116
Ekipno delo in digitalno pripovedovanje zgodb	117
a) Ideja 1. Vizualna poezija	118
b) Ideja 2: Napovedniki za knjige.....	119
c) Ideja 3: Poročilo o novicah	119
d) Ideja 4: Video biografija.....	120
e) Ideja 5: Intervju	120
f) Ideja 6: Oglasi za javne storitve	121
Nekaj primerov	121
a) Primer 1. Digitalno pripovedovanje zgodb za učinkovito gradnjo ekipe in razvoj kompetenc 121	
b) Primer 2. Učinek projekta digitalnega pripovedovanja zgodb na spretnosti timskega dela ..	123
c) Primer 3. Digitalno pripovedovanje zgodb z modelom igerifikacije timskega dela	126
d) Primer 4. Skupni digitalni video projekt v tehnološkem učnem okolju.....	128
e) Primer 5. IOGGA- Povej mi svojo zgodbo	130
Literatura	131



Erasmus+

Kazalo tabel

Tabela 1. Naloge in mediji za spletno komunikacijo	8
Tabela 2. Primerjava ustnega in digitalnega pripovedovanja zgodb	59
Tabela 3. Sedem elementov digitalnega pripovedovanja zgodb	63
Tabela 4. Orodja za digitalno pripovedovanje zgodb	70
Tabela 5. Smernice za digitalno pripovedovanje zgodb za učitelje (Robin, 2016)	71
Tabela 6. Spretnosti, izboljšane s postopkom digitalnega pripovedovanja zgodb	77
Tabela 7. Koraki dodajanja zvoka	105
Tabela 8. Postopek prijave (Öztürk and Tunç, 2017)	124

Kazalo slik

Slika 1. Vrste digitalnega pripovedovanja	62
Slika 2. Koraki ustvarjanja digitalnega pripovedovanja zgodb	66
Slika 3. Konvergenca digitalnega pripovedovanja zgodb v izobraževanju	75
Slika 4. Komponente timskega dela	111
Slika 5. Timsko delo in z njim povezane veščine (Öztürk and Tunç, 2017)	126
Slika 6. Proces raziskovalnega modela (Chujitarom, 2020).	128





Erasmus+

Poglavje 1:

Osnovne digitalne spretnosti za uporabo digitalnih orodij



Komunikacija

a) Formalna in neformalna komunikacija

Za učinkovito komuniciranje je bistveno, da veste, kako svoje sporočilo posredovati ciljnemu občinstvu. Najprej morate ugotoviti, kaj želite povedati v sporočilu. Obstajajo koraki, s katerimi se lahko odločite, kako kar najučinkovitejše poslati sporočilo. Uporabniki morajo glede na vrsto interakcije izbrati najprimernejši komunikacijski kanal. Vprašanja, ki si jih lahko postavite, da ugotovite, kakšno sporočilo pošiljate:

- Je vaše sporočilo formalno ali neformalno?
- Ali morajo te informacije biti takšne, na katere se je mogoče sklicevati?
- So te informacije nujne ali časovno občutljive?
- Prenašate zaupne ali občutljive informacije?
- So te informacije splošne ali specifične?
- Komunicirate s posameznikom ali skupino?
- Gre za sodelavca, vašo vodjo ali osebo, ki jo vi vodite?
- Je potrebno sporočilo posredovati le svoji ekipi ali celotnemu podjetju?
- Ali gre za enosmerno ali dvosmerno komunikacijo (tj. ali je potreben odziv)?

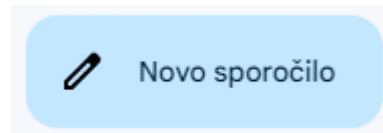
Izbira medija, prek katerega komuniciramo je odvisna predvsem od situacije, v kateri se nahajamo. Tukaj je nekaj primerov:

Tabela 1. Naloge in mediji za spletno komunikacijo

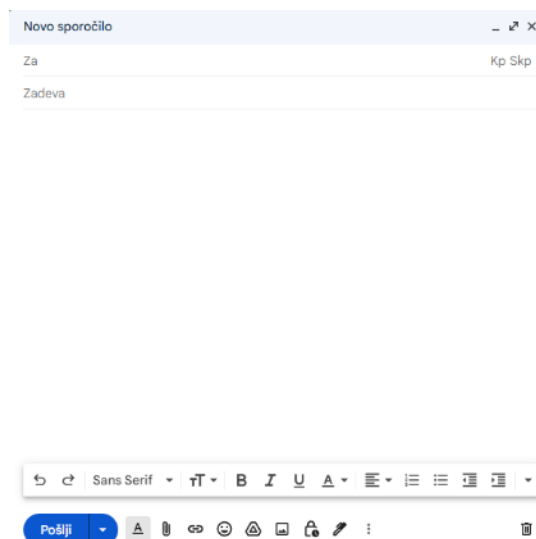
Naloga	Medij
1. Zaposlenemu morate razložiti širšo temo, povezano z delom	Organizirajte Zoom / Google Meet sestanek
2. Javne organe zaprosite za nek dokument	Uporabite platforme/aplikacije, ki so namenjene poslovnemu komuniciranju (e-pošta, Skype)
3. S potencialno stranko se želite dogovoriti za spletno srečanje	Oddelku pošljite uradno elektronsko sporočilo in se dogovorite za sestanek.
4. Organizirate kosilo	Pokličite ali pošljite e-pošto in navedite podrobnosti o svoji prošnji.
5. Poglobljen pogovor s prijateljem o temi, ki ni povezana z delom	Pošljite sporočilo v Messenger, Instagram, Viber, Telegram ali SMS.
6. Prosite za uradni sestanek s kadrovsko službo	Fizično stopite v stik z osebo.

b) Kako poslati elektronsko sporočilo

Koncept elektronskega sporočila je za večino ljudi samoumevna. Vendar se v okviru elektronskega sporočila skriva več kot le sestavljanje in pošiljanje le-tega. Na voljo je veliko dodatnih možnosti oblikovanja. Če G-mail uporabljate prvič in ste že ustvarili račun, kliknite gumb "Novo sporočilo" na zgornji levi strani.



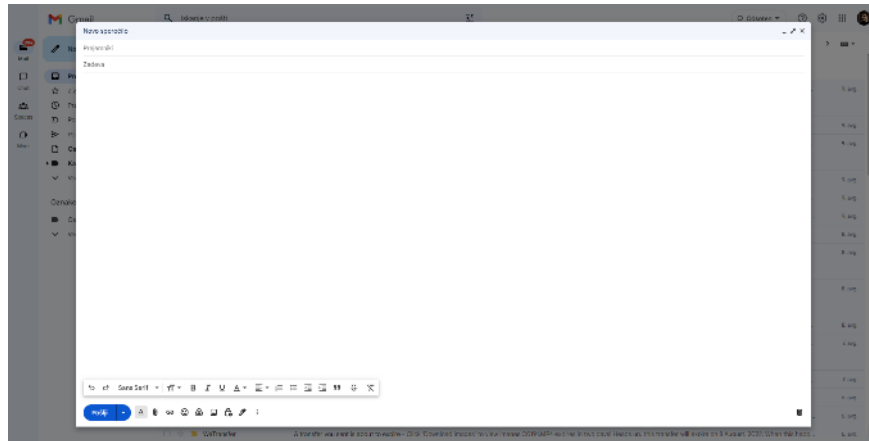
Opre se novo okno za pisanje sporočila.



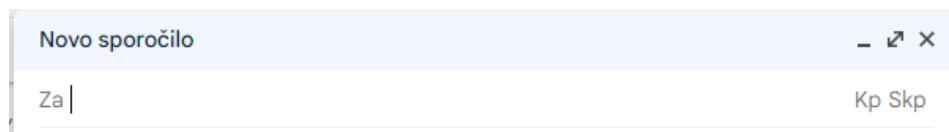
Kliknite puščico ob znaku X v desnem zgornjem kotu, da se okno sporočila poveča; če ga želite povrniti v normalno velikost, puščico kliknite še enkrat.



Erasmus+

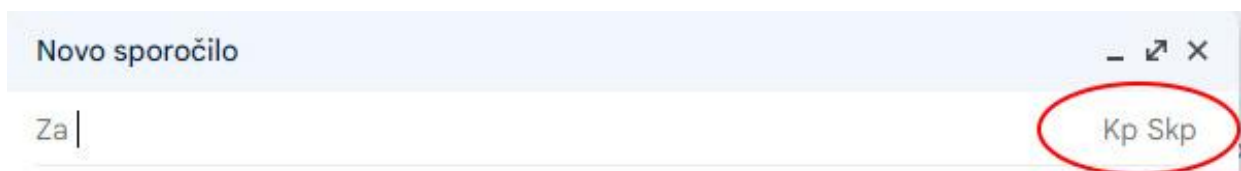


Na začetku, kot privzeta možnost, je prikazano samo polje "Komu". Tukaj vnesite e-poštni naslov prejemnika sporočila. Isto e-poštno sporočilo lahko pošljete več osebam. Njihove e-poštne naslove tako vpišete enega za drugim. Če želite poslati kopijo ali skrivno kopijo sporočila, kliknite gumb KK ali SKK. Te možnosti pošiljanja se prikažejo, ko kliknete na območje "Za".



KK je kopija e-poštnega sporočila, ki bo poslana osebi, za katero menite, da jo mora videti, vendar ji ni nujno treba odgovoriti.

SKK je skrivna kopija. To pomeni, da druge osebe ne morejo videti, komu ste ga poslali. Če pošiljate velik seznam, ga lahko pošljete sebi in vsem ostalim pošljete SKK. Tako bodo vsi dobili, kaj pošiljate, vendar ne bodo videli e-poštne naslove vseh ostalih na seznamu.

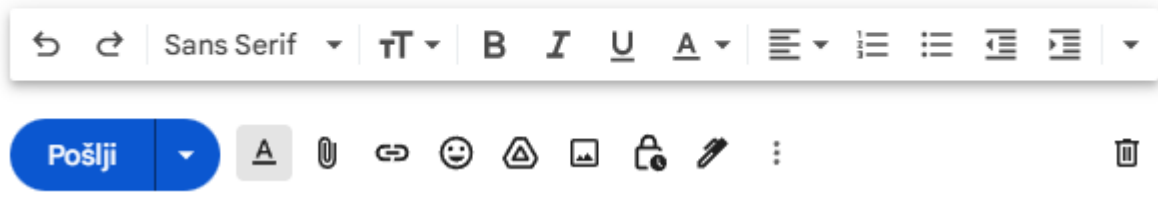


Pod vrstico prejemnika(-ov) se nahaja vrstica »zadeva«. Ta vrstica (zadeva) je prvo besedilo, ki ga prejemniki vidijo za imenom pošiljatelja, ko e-pošta prispe v njihov e-poštni predal. Pomembno je, da je predmet e-pošte informativen, privlačen in kratek.

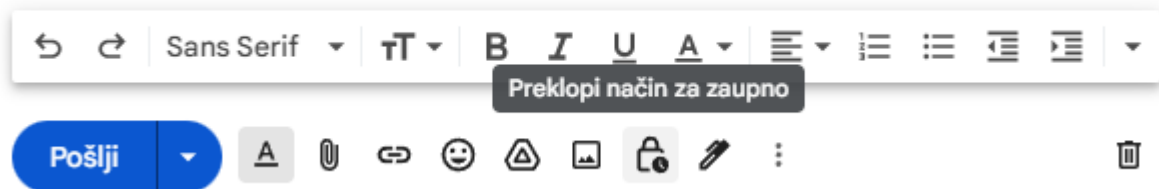


Erasmus+

Takoj ko začnete vnašati besedilo, se prikaže vrstica za oblikovanje. Če jo ne vidite, pritisnite tipko A poleg možnosti »Pošlji«. Predmetu lahko dodate smeške (»emojis«), vendar ne morete spremeniti oblikovanja - ne morete, na primer, predmeta označiti s krepko pisavo.



Na dnu sporočila se nahaja še dodatni meni, ki sicer ni za oblikovanje. Gumb z ikono sponke priloži datoteko, sosednji vstavi povezavo v sporočilo. Gumb, kjer je ikona obraza vstavi smešek. Gumb s trikotnikom predstavlja Google Drive (če želite k sporočilu priložiti datoteko, ki se nahaja v Google Drive in ne v vašem računalniku), poleg le tega pa je gumb s katerim lahko vstavite sliko.



Z majhnim gumbom na katerem je prikazana ura preklopite e-poštno sporočilo v zaupni način. V zaupnem načinu oseba ne more posredovati, natisniti ali kopirati sporočila. Določite lahko tudi omejitve o tem kdaj se izteče in ali zahteva dodatno kodo.



Erasmus+

Način za zaupno

Prejemniki ne bodo imeli možnosti posredovanja, kopiranja, tiskanja ali prenosa tega e-poštnega sporočila. [Več o tem](#)

NASTAVITE POTEK

Poteče čez 1 teden ▼ sre., 17. avg. 2022

ZAHTEVAJTE GESLO

Vsa gesla bo ustvaril Google. [?](#)

☒ Brez gesla SMS ☐ Geslo iz sporočila SMS

Prekliči

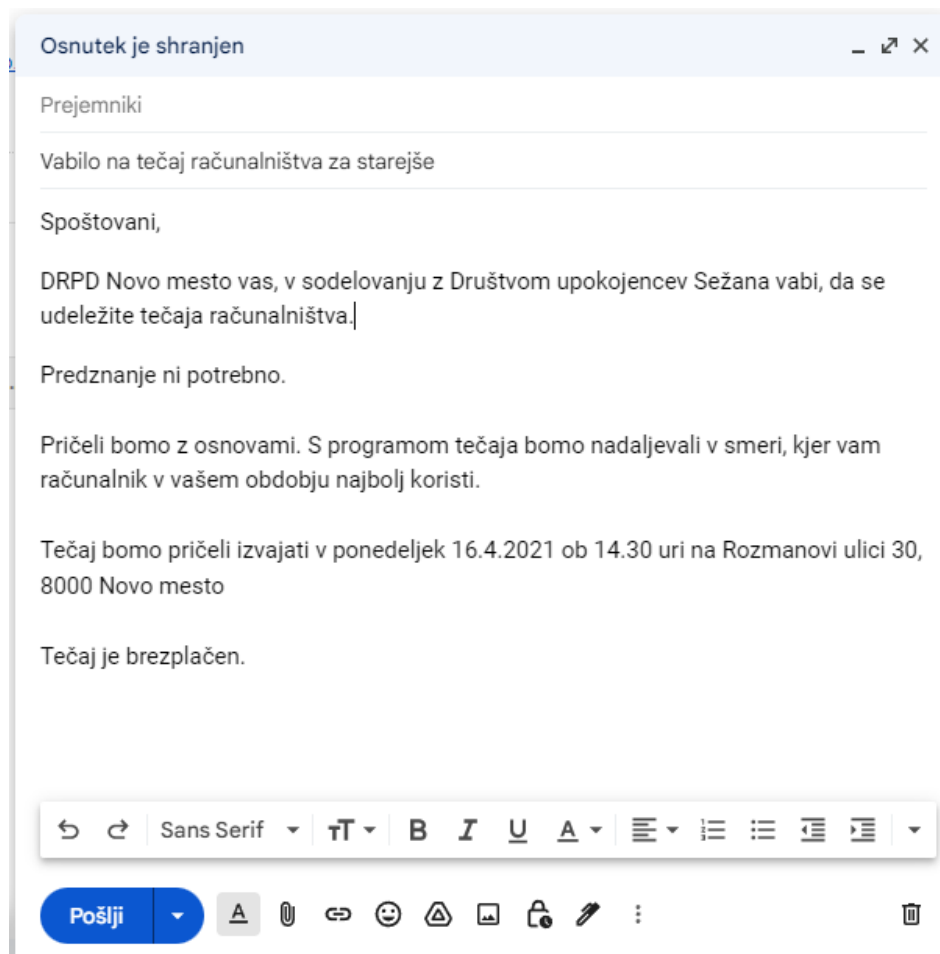
Shrani





Erasmus+

Vsebina e-poštnega sporočila je pravzaprav kot pismo, ki se nahaja v kuverti. Upoštevajte na kakšen način berete pismo, ki ga prejmete po pošti. Odprete kuverto in razgrnete papir, da si ogledate vsebino sporočila.

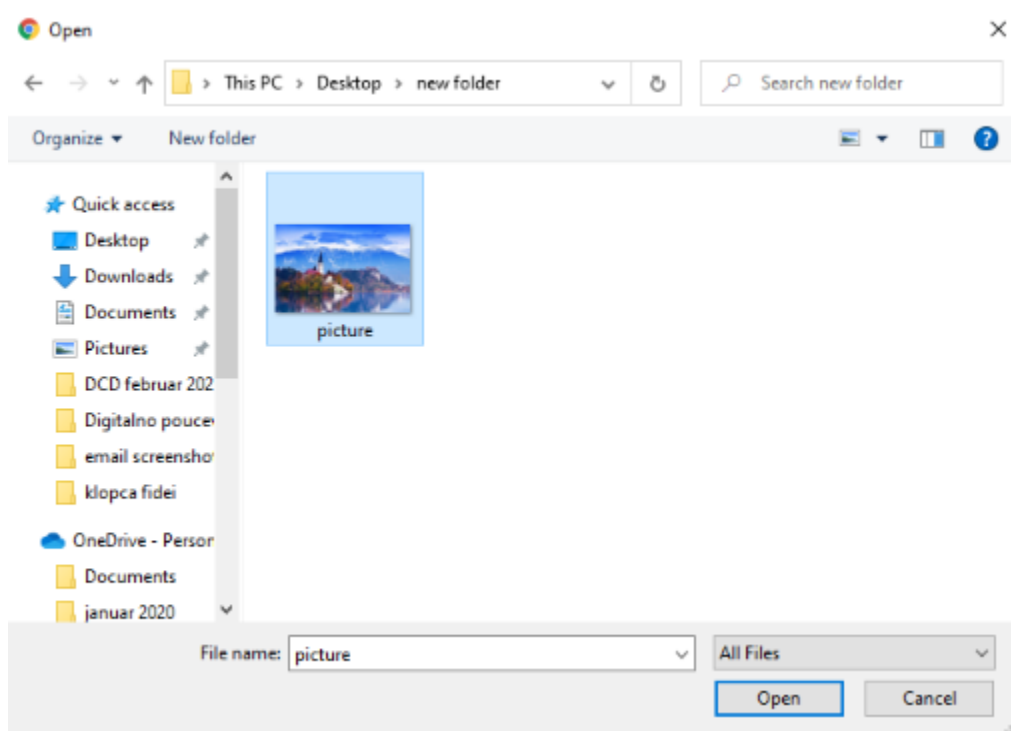


1) E-poštne priponke

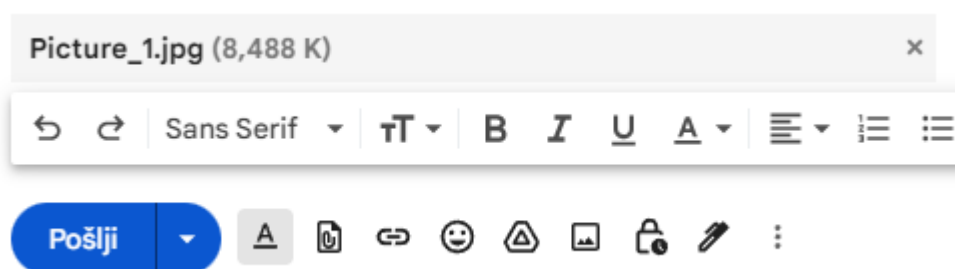
Priljubljena uporaba e-pošte je deljenje računalniških datotek (besedilnih datotek, dokumentov na splošno, preglednic, datotek PDF). To naredimo tako, da datoteko "pripnemo" na e-poštno sporočilo in jo skupaj s sporočilom pošljemo prejemniku. Elektronskemu sporočilu lahko za prenos priložite skoraj vse vrste podatkovnih datotek. Priponka je lahko različnih formatov in velikosti. Lahko gre za besedilno datoteko, skenirane datoteke, obrazce, slike in videoposnetke.

2) Kako sporočilu priložiti datoteko

Na dnu okna kliknite gumb »Pripni«, na katerem je ikona sponke. Odpre se novo okno. Izberite datoteke, ki jih želite naložiti in nato dvakrat kliknite na datoteko ali na gumb "Odpri". Naenkrat lahko naložite več datotek.

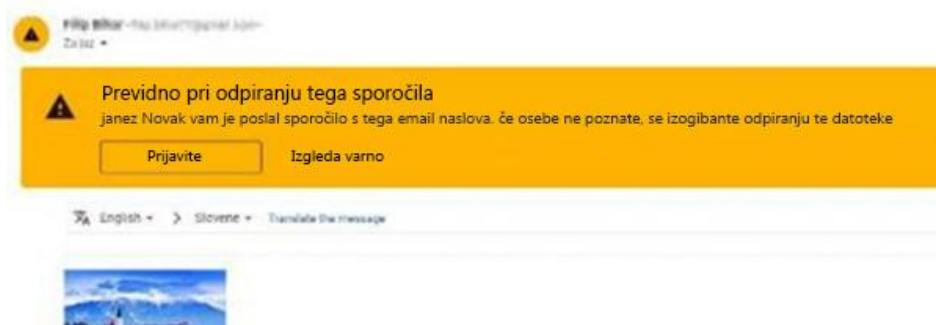


Kliknite na gumb »Odpi«. Datoteka je zdaj priložena. Priporočljivo je, da jo v sporočilu omenite, tako v formalnih kot v neformalnih primerih. Včasih datoteka potrebuje nekaj sekund da se naloži. Priložena datoteka se prikaže na dnu okna. Vaše sporočilo s priponko je pripravljeno.



3) *Prejemanje e-poštnih sporočil s priponkami in zaščita*

G-mail vas lahko opozori, da prejeto sporočilo morda vsebuje zlonamerne datoteke. Če pošiljatelja poznate, vam ni treba skrbeti. Čeprav je pred odpiranjem najbolje preveriti ali je pošiljatelj res oseba, za katero se e-postni naslov izdaja.



Ko se s kazalcem pomaknete nad priloženo datoteko, se nad sličico prikažejo trije gumbi. Datoteko lahko prenesete v računalnik, jo shranite v svoj Drive (Googlova shramba, v katero lahko shranjujete datoteke) ali jo shranite v shrambo za fotografije, če je priložena datoteka fotografija.



4) Kako ugotoviti ali so e-poštne priponke varne za prenos?

Pošiljanje priponk preko e-pošte na žalost ustvarja priložnost za širjenje zlonamerne programske opreme. Programi za e-pošto običajno priponk ne odpirajo samodejno, zato se uporablja druge metode, ki prejemnika prepričajo, da priponke odpre ročno.

To je tako imenovani socialni inženiring, napad, katerega namen je, da vas prisili v določeno dejanje - klik na priponko. Napadalci se nenehno domišljajo novih taktik socialnega inženiringa, s katerimi zavajajo uporabnike v nameščanje zlonamerne programe (v odpiranje priponke).

Kako vemo ali je priponka varna za prenos?

Nekaj novejših tehnik socialnega inženiringa preko e-pošte je:

- prilagojeno besedilo sporočila, da izgleda bolj osebno (»Dragi John, ...« ali »prosim, preglejte priložen račun za...«)
- ponarejeno ime pošiljatelja, tako da izgleda, kot da vam e-sporočilo pošilja znanec (»neko-ime@uiowa.edu«)
- grozeče sporočilo (»vas račun bo zaprt, razen če...«)
- uradni izgled sporočila (»pomoc@microsoft.com«)
- priponko prikažemo kot nenevarno (»slika pocitnic.php«)



Erasmus+

c) Družbeni mediji in družbena angažiranost

Družabno omrežje je spletna skupnost, ki uporabnikom omogoča, da se povežejo z drugimi in z njimi delijo svoje misli, dejavnosti, slike, videoposnetke in druge vrste medijev. Gre za spletno mrežo prijateljev in družine, vključno z nekdanjimi sošolci, sodelavci in sosedi. Glede na namen se uporablja različne platforme družbenih medijev. Na primer, Tik-tok ali Instagram za izražanje ustvarjalnosti, ali LinkedIn za promoviranje svoje kariere.

Vsako vrsto družabnih medijev lahko uporabite na različne načine. V nadaljevanju so predstavljene štiri glavne vrste družabnih medijev in strategije, kako jih lahko kar najbolje izkoristite v svojem kontaktnem centru:

- Blogi širijo vaše mnenje in ustvarjajo razprave z občinstvom
- Forumi zagotavljajo pomoč strankam, prav tako omogočajo le-tem, da pomagajo drugim.
- Mikroblogi izpostavljajo pogovore in izmenjujejo kratke informacije - lahko se uporabljajo tudi za spremljanje pomembnih razprav.
- Družabna omrežja služijo kot središče družabnih medijev, kjer lahko uporabnik deli vse kar želi, od novic, dogodkov, videoposnetkov, raziskav, anket do tega, da ustvarjanja skupnosti okrog razprav.

Družbeni mediji v veliki meri predstavljajo prostor, kjer lahko vi, vaši prijatelji (ali celo vaše stranke) komunicirate. Vsakdo lahko stopi v stik z vami. Na žalost je to priložnost za širjenje zlonamerne programske opreme....

Tukaj je nekaj nasvetov za zaščito vaših osebnih podatkov na družbenih medijih:

- Bodite previdni, kaj delite,
- Osebni podatki naj ostanejo zasebni,
- Preverite prošnje za prijateljstvo in blokirajte lažne račune,
- Odjavite se iz svojih računov, ko jih prenehate uporabljati,
- Uporabite močno geslo in aplikacijo za upravljanje z gesli,
- Dodajte dvofaktorsko avtentifikacijo za vsak račun družabnih omrežji,
- Nastavite odgovore na varnostna vprašanja in posodobite nastavitve zasebnosti,
- Redno preverjajte svojo e-pošto, da preverite sumljive poskuse prijave.

Ne pozabite, tudi povezave, ki so videti, kot da prihajajo od prijateljev, lahko včasih vsebujejo škodljivo programsko opremo ali so del napada »spletnega ribarjenja«. Če ste sumničavi, jih ne





Erasmus+

kliknite. Najprej se obrnite na prijatelja in preverite njihovo veljavnost. Prav tako se prepričajte, da veste, kako dostopati do in uporabljati nastavitve zasebnosti družabnih medijev, kjer ste prijavljeni. Če ste uporabnik Facebooka, Twitterja ali LinkedIna in želite izvedeti, kako upravljati nastavitve zasebnosti v le-teh, si lahko več preberete tukaj: <https://www.socialpilot.co/blog/ultimate-guide-manage-social-media-privacy-settings>

Poslovanje

Spletno nakupovanje

Morda ste že slišali za izraz "e-trgovina" ali "elektronsko poslovanje". Nanaša se na poslovne transakcije, opravljene prek spleta. Opredelimo ga kot "nakup izdelkov ali storitev prek interneta".

Spletno nakupovanje je še posebej praktično za nakupovalce, za katere je nakupovanje v fizičnem svetu lahko neprijetno. Skoraj vsak večji trgovec ima danes spletno trgovino, ki ponuja podobno, če ne razširjeno ponudbo, kot jo najdete na policah njihovih fizičnih trgovin.

Nakupovanje prek interneta je pravzaprav preprosto; potrebujete le računalnik in kreditno kartico ter internetno povezavo. Spletno nakupovanje je pri različnih trgovcih podobno. Običajno greste skozi večstopenjski postopek, ki poteka od iskanja izdelkov do naročanja, nato od blagajne in na koncu do plačila.

1) Registracija

Nekatera spletna mesta zahtevajo, da za nakup ustvarite račun. Na večini spletnih mest lahko nakupujete kot gost. Če nameravate spletno mesto redno uporabljati in se prijaviti z njihovim računom, morate razmisliti o registraciji, saj je tako postopek naročanja/plačevanja veliko hitrejši.

Stranke shranijo svoje osebne podatke (e-pošta, ime in priimek, naslov) in ustvarijo profil, zaščiten z geslom. Prepričajte se, da so vaša gesla močna, dolga in različna za vsako spletno mesto, na katerem nakupujete. Tako bo v vaš račun težje vdreti, kar bo dodatno zaščitilo vaše osebne podatke in s te vašo zasebnost.

Uporabnik se mora po uspešni registraciji običajno odzvati na e-poštno sporočilo "Potrdi registracijo", ki je poslano po uspešni registraciji, da potrdi svoj e-poštni naslov in aktivira svoj račun. Uporabnik to stori tako, da klikne na edinstveno aktivacijsko povezavo, ki jo prejme po e-pošti.



Erasmus+



Create account

Your name

Email

Password

i Passwords must be at least 6 characters.

Re-enter password

Create your Amazon account

By creating an account, you agree to Amazon's [Conditions of Use and Privacy Notice](#).

Already have an account? [Sign-In](#)



Add mobile number

To enhance your account security, add and verify your mobile number.

SI +386

031220680

By enrolling your mobile phone number, you consent to receiving automated security notifications via text message from Amazon. You can opt out by removing your mobile number on the Login & Security page located in Your Account settings. Message and data rates may apply.

Add mobile number

[Not now](#)

By continuing, you agree to Amazon's [Conditions of Use and Privacy Notice](#).

2) Iskanje oziroma brskanje po trgovskem blagu

na tem spletnem mestu ali uporabiti funkcijo iskanja in tako najti določen izdelek.

Brskanje po kategorijah izdelkov na spletu je podobno brskanju po oddelkih maloprodajne trgovine.

Običajno kliknete povezavo za dostop do glavne kategorije izdelkov in nato kliknete nadaljnje povezave za ogled podkategorij znotraj glavne kategorije. Glavna kategorija je na primer oblačila, podkategorije pa so lahko moška, ženska in otroška oblačila. Če kliknete povezavo Moški, se vam bo morda prikazal seznam dodatnih podkategorij: vrhnja oblačila, srajce, hlače in podobno.

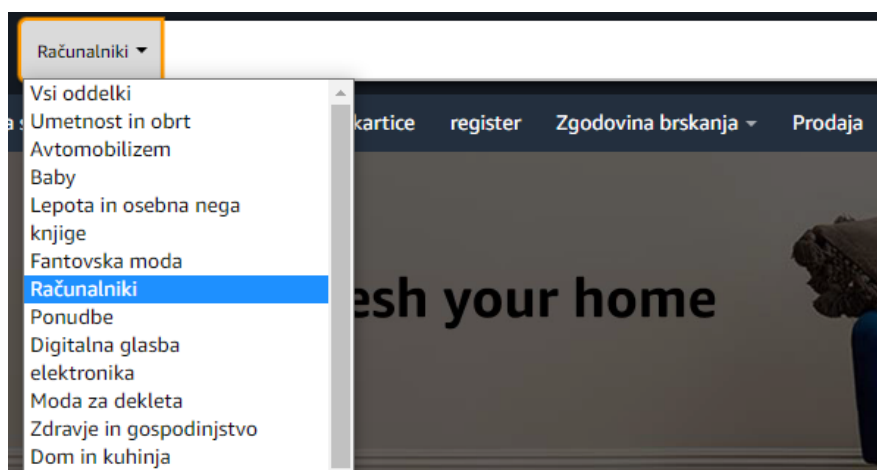




Erasmus+

Avtomobilizem	>
Baby	>
Lepota in osebna nega	>
Ženska moda	>
Moška moda	>
Moda za dekleta	>
Fantovska moda	>
Zdravje in gospodinjstvo	>
Dom in kuhinja	>

Če iščete določen izdelek, lahko v iskalno polje na spletnem mestu vnesete besede in dobite seznam določenih izdelkov, ki ustrezajo vašim merilom.



Spletna mesta pogosto omogočajo razvrščanje in filtriranje rezultatov na različne načine. Običajno tako, da označite zelene lastnosti izdelka (vrsta, blagovna znamka, ocene, cena itd.)

3) Spletni nakup

Pri plačevanju blaga ali storitev z debetno kartico lahko plačilo opravite na dva različna načina. Lahko je:

- transakcija brez povezave prek omrežja za obdelavo kreditnih kartic
- spletna transakcija prek sistema EFT, ki za dokončanje postopka zahteva osebno identifikacijsko številko (PIN).

Na vsaki strani z opisom izdelka mora biti nekje gumb z oznako »Nakup«, »Kupi zdaj«, »Dodaj v košarico« ali podobno. Če želite oddati naročilo, morate ročno klikniti ta gumb.



Erasmus+

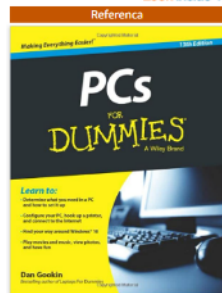
knjige » Računalništvo in tehnologija » Operacijski sistemi

Računalniki za telebane 13. izdaja

avtorja Dan Gookin ~ (Avtor)

★★★★★ ~ 369 ocen

[Look inside](#)



ISBN-13: 978-1119041771

ISBN-10: 1119041775

Zakaj je ISBN pomemben?

[Dodaj na seznam](#)

Kindle 15,75 \$

Mehka vezava
14,83–16,49 USD

Drugi prodajalci
Oglejte si vse 2 različici

☐ Kupi rabljeno:
14,83 \$

☒ Kupi novo:
16,49 \$

Na zalogi.

Pošilja in prodaja Amazon.com.

Cena po ceniku: 24,99 \$ Podrobnosti
Prihranite: \$8.50 (34%)

Dostava v sredo, 24. avgusta

Ali najhitrejša dostava od 15. do 19. avgusta

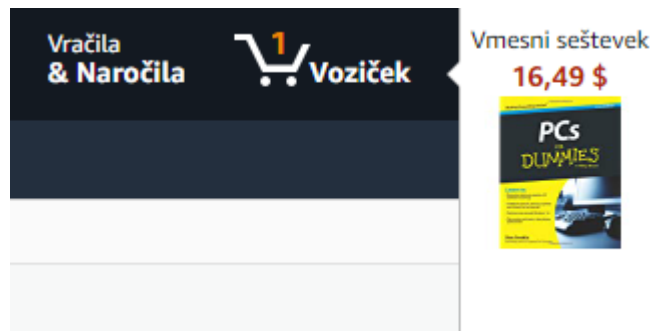
Dostava Filip - Novo mesto 8000

Količina: 1

[Dodaj v voziček](#)

[Kupi zdaj](#)

Ko kliknete gumb "kupi", se določen izdelek doda v vašo virtualno nakupovalno košarico. V zgornjem desnem kotu lahko vidite ikono vozička s številnimi predmeti. To je odvisno od prodajalca.



Ko izdelke (ali storitve) položite v košarico, dejansko še niste opravili nakupa. Lahko se celo odločite, da boste zapustili nakupovalno košarico in v tem trenutku ne boste kupili ničesar. Potem ko naročite izdelek in ga položite v košarico, lahko nadaljujete z nakupovanjem drugih izdelkov na tem spletnem mestu ali pa nadaljujete na blagajno spletnega mesta.

V naslednjem koraku lahko pregledate svoj nakup. Na blagajni lahko še zadnjič spremenite svoje naročilo. Običajno je naročilo sestavljeno iz ene ali več spletnih strani z obrazci, ki jih morate izpolniti. Prepričajte se, da ste naročili želene predmete/storitve in pravo količino. Če se odločite, da katerega predmeta oz. storitve ne boste kupili, jih lahko odstranite. Morda boste lahko za svoje naročilo izbrali tudi različne vrste pošiljanja. Številni trgovci ponujajo standardno in prednostno dostavo. Nekateri vam lahko ponudijo tudi možnost združevanja vseh

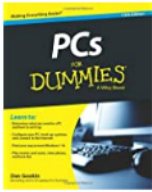


Erasmus+

elementov v najmanjše število paketov za nižje stroške dostave. Upoštevajte, da lahko sprememba vrste dostave vpliva na stroške pošiljanja.

Nakupovalni voziček

Prekliči izbor vseh elementov

	Cena
	Računalniki za telebane avtorja Dan Gookin Mehka vezava Na zalogi ☐ To je darilo Nauči se več Količina: 1 Izbrisi Shranite za pozneje Primerjaj s podobnimi predmeti
	16,49 \$

Vmesni seštevek (1 kos): **16,49 \$**

Vmesni seštevek (1 kos):
16,49 \$

☐ To naročilo vsebuje darilo

Nadaljujte z blagajno

Sponzorirani izdelki, povezani z izdelki v vaši košarici



Naučite se JavaScript ...
> Koda Hitro
★★★★★ 443
Mehka vezava
16,89 \$

Oglejte si vse možnosti nakupa

Dodajte nov naslov

 Ali pa poiščite prevzemno mesto Amazon blizu vas >

Država/regija

Združene države

Polno ime (ime in priimek)

Telefonska številka

Zakaj? ▾

Naslov

Ulični naslov ali poštni predal

Stanovanje, apartma, enota, zgradba, nadstropje itd.

Mesto

Država

Poštna številka

Izberite ▾

☐ Naj bo to moj privzeti naslov

Navodila za dostavo (neobvezno)

▾ Dodajte nastavitve, opombe, dostopne kode in drugo

Dodajte naslov

Spletno mesto si lahko zapomni nekatere vaše osebne podatke iz prejšnjega obiska ali če ste jih vnesli v postopku registracije. Samo potrditi jo morate.





Erasmus+

4) *Zaključek in plačilo naročila*

Za nadaljevanje v naslednji korak, boste morda morali klikniti na "Naročite" ali kaj podobnega. Prejemnik mora izpolniti tudi vsa polja, označena z zvezdico, kot so e-pošta, ime in naslov. Najbolje je, da vpišete tudi svojo telefonsko številko, če bo moral prevoznik poklicati in se dogovoriti o dostavi. Nekatera spletna mesta zahtevajo potrditev, da ste prebrali njihove pogoje poslovanja, zato ne pozabite označiti tudi tega polja in nato kliknite »nadaljevanje na naslednji korak«.

☒ Prebral sem pogoje in jih sprejemam

NADALJUJ

NAZAJ

Na koncu vnesite podatke o kreditni ali debetni kartici in vse druge zahtevane informacije. Če želite opraviti plačilo, kliknite »Potrdi podatke o kartici«.

amazon.com

SIGN IN SHIPPING & PAYMENT GIFT OPTIONS PLACE ORDER

Izberite način plačila

Vaše kreditne in debetne kartice

	Ime na kartici	Poteče
☐	Mastercard Classic ki se konča z [redacted]	03/2026
☒	Mastercard ki se konča z [redacted]	11/2025

Povejte nam valuto vaše kartice (Zakaj?)

☐ Moja kartica je v evrih (EUR)

☐ Moja kartica je v drugi valuti

Izberite valuto kartice ▾

Nadaljuj

Lahko pregledaš naročilo pred zaključkom.

Več možnosti plačila

Kreditne ali debetne kartice

Amazon sprejema glavne kreditne in debetne kartice.

Dodajte kreditno ali debetno kartico



Vnesite ime nosilca kartice, številko kartice (brez presledkov ali pomišljajev) in izberite datum poteka veljavnosti.



Erasmus+

Prodajalec in agent za pomoč strankam ne moreta videti celotne številke kartice brez dovoljenja vaše banke

V naslednjem koraku se prikaže sporočilo vaše banke, ki zahteva geslo za potrditev transakcije. Hkrati se na njihov mobilni telefon prek besedilnega sporočila pošlje enkratno geslo, ki se uporabi za preverjanje identitete. Z enkratnimi gesli lahko enostavno preverite pristnost novih uporabnikov, zaščitite prijave v račune in zaščitite transakcije.

To je vse, kar je potrebno storiti. Začnete nakupovati, pregledate izdelek, oddate naročilo, se odpravite na blagajno in plačate. Večina spletnih trgovcev vam po e-pošti pošlje tudi potrditveno sporočilo z vsemi temi podatki.

Ko opravite transakcijo, natisnite ali shranite potrdilo transakcije v svojo evidenco. V primeru, da boste kasneje iz kakršnega karkoli razloga nakup izpodbijati, je lahko papirnata sled nakupa zelo dragocena.

Nikoli ne pošiljajte gotovine po pošti, ne uporabljajte storitev nakazovanja denarja, ne razkrivajte svojih osebnih podatkov in ne pošiljajte podatkov o kreditnih karticah po e-pošti. Zakoniti trgovci tega nikoli ne bodo zahtevali. V nasprotnem primeru je to zanesljiv znak, da gre za prevaro.





Erasmus+

☐ Podnebju prijazno

Oddelek

Slušalke in ušesni čepki

Ušesne in ušesne slušalke

Naglavne slušalke

Naušesne slušalke

✓ [Oglejte si vseh 16 oddelkov](#)

Mnenja strank

★★★★★ & gor

★★★★★ & gor

★★★★★ & gor

★★★★★ & gor

Znamka

- ☐ Sony
- ☐ Osnove Amazona
- ☐ Panasonic
- ☐ Apple
- ☐ TOZO
- ☐ Utripi
- ☐ PHILIPS

✓ [Poglej več](#)

Cena

Pod 25 \$

25 do 50 dolarjev

50 do 100 dolarjev

100 do 200 dolarjev

200 \$ in več

barva

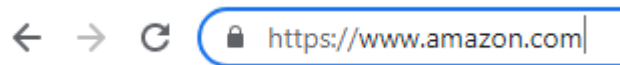


Slušalke Priključek za slušalke

- ☐ 2,5 mm vtičnica
- ☐ 3,5 mm vtičnica
- ☐ 6,35 mm vtičnica

5) Kako varno nakupovati?

Morda se sprašujete: "Kakšne splošne previdnostne ukrepe je treba upoštevati pri opravljanju spletnih transakcij?" Priporočljivo je, da se pred nakupom posvetujete kaj kupujete in od koga kupujete. Za zaščito občutljivih podatkov, kot so številke kreditnih kartic, ne uporabljajte javnih brezžičnih omrežij ali javnih računalnikov, kot npr. računalnikov v knjižnicah. Če nakupujete na neznanem spletnem mestu, v naslovni vrstici poiščite "https://" in simbol ključavnice v naslovni vrstici. To pomeni, da je spletno mesto šifrirano s protokolom SSL, kar pomeni, da zagotavlja varnost, ki je potrebna za boljšo zaščito vaših osebnih podatkov.



Prepričajte se, da spletni trgovec na vidnem mestu prikazuje svoje kontaktne podatke in ponuja več načinov kontaktiranja. V primeru težav je dobro imeti možnost, da prodajalca pokličemo. Ne zanašajte se le na komunikacijo po e-pošti.

Vaš račun

Vaša naročila Sledite, vrnite ali kupite stvari znova	Prijava in varnost Uredite prijavo, ime in mobilno številko	Prime Oglejte si ugodnosti in nastavitve plačil
Darilne kartice Oglejte si stanje, unovčite ali znova naložite kartice	Vaša plačila Oglejte si vse transakcije, upravljajte plačilne metode in nastavitve	Vaši profili Upravljajte, dodajte ali odstranite uporabniške profile za prilagojene izkušnje
Digitalne storitve in podpora za naprave Odpravljanje težav z napravo	Vaša sporočila Oglejte si sporočila do in od Amazona, prodajalcev in kupcev	Arhivirana naročila Ogled in upravljanje vaših arhiviranih naročil
Vaši sezname Oglejte si, spremenite in delite svoje sezname ali ustvarite nove	Storitev za stranke	



Erasmus+

Preverite, ali sta na spletnem mestu navedena in zagotovljena politika za vračilo blaga in jamstvo zadovoljstva. V primeru, da z nakupom niste zadovoljni je dobro da ste zavarovani.

Pomoč in storitve za stranke

< Vse teme pomoči

Vračila

O naših pravilnikih o vračilih

Hitre rešitve



Vaša naročila
Sledite ali prekličite naročila



Vračila in nadomestila
Zamenjava ali vračilo artiklov



Upravljanje Prime
Prekliči ali si oglej ugodnosti



Nastavitve plačila
Dodajte ali uredite načine plačila



Informacije o operaterju
Informacije o prevozniku



Nastavitve računa
Spremenite e-pošto ali geslo

Poiščite več rešitev

Q

Vračila in nadomestila > Vračila >

O naših pravilnikih o vračilih

Amazon.com in večina prodajalcev na Amazon.com ponujajo vračila izdelkov v 30 dneh po prejemu pošiljke.

Opomba: Ali morate vrniti artikel? Pojdite v [center za vračila](#)

Politika vračil Amazon.com

Predmete, poslane z Amazon.com, vključno z Amazon Warehouse, je mogoče vrniti v 30 dneh po dostavi, z nekaterimi izjemami:

- Za informacije o izdelkih, ki jih ni mogoče vrniti, glejte [Artikli](#), ki jih ni mogoče vrniti.
- Če želite ugotoviti, ali ima izdelek, ki ga prodaja Amazon.com, daljši časovni okvir vračila, spodaj poiščite vrsto izdelka. Če vrsta izdelka ni navedena ali ne navaja drugega časovnega okvira vračila, velja naša standardna 30-dnevna politika vračila.
- Čeprav večina prodajalcev ponuja politiko vračil, ki je enakovredna Amazonovi, se lahko politika vračila nekaterih prodajalcev razlikuje. Če je seznam prodajalca primeren za Amazon Prime, bo zanj veljala enaka politika vračila kot za artikle, ki jih izpolnjuje Amazon.com in so opisani na tej strani. Za več informacij o vračilu prodajalcem tretjim osebam glejte [Vračila prodajalcem tretjim osebam](#).
- Za izdelke, kupljene v trgovini Amazon Global Store, glejte [Vračila izdelkov Amazon Global Store](#).
- Za informacije o časovnem razporedu vračil glejte [Povračila](#).
- Če ste izdelek po pomoti ponovno nastavili na Amazon ali v vračilo vključili nekaj, kar ni namenjeno Amazonu, glejte [Napačna vračila](#).

Na pristnem spletnem mestu je vedno tudi razvidno ali je izdelek na zalogi in v kolikšnem času bo poslan.

Buy new:
\$16.49

In Stock.

Ships from and sold by Amazon.com.

List Price: ~~\$24.99~~ [Details](#)

Save: \$8.50 (34%)

Delivery **Wednesday, August 24**

Or fastest delivery **August 15 - 19**

[Deliver to Filip - Novo Mesto 8000](#)

Qty: 1

Add to Cart

Buy Now





Erasmus+

Številni trgovci omogočajo tudi plačilo s kreditno ali debetno kartico ali elektronskim bančnim nakazilom prek storitve PayPal. Priporočljivo je, da se podatki o vaši debetni/kreditni kartici ne shranjujejo med spletnimi nakupi. S tem se boste izognili tveganju kraje podatkov o kartici, čeprav je lahko vnašanje podatkov vsakič, ko želite nekaj kupiti, nekoliko neprijetno.

Več možnosti plačila

Kreditne ali debetne kartice

Amazon sprejema glavne kreditne in debetne kartice.

Dodajte kreditno ali debetno kartico



Nekateri možni načini plačila so:

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

Spletna plačilna storitev, kot je PayPal, hrani podatke o vaši kreditni kartici v varnem strežniku, tako da lahko prek nje opravljate nakupe, ne da bi občutljive podatke razkrili trgovcem.

Varnost in zakonitost na spletu

Na splošno je internet (mednarodni izraz za "medmrežje") računalniško omrežje, ki povezuje več omrežij. Internet je že po svojem imenu javno dostopen mednarodno računalniški sistem z informacijami in storitvami, ki povezuje vse svoje uporabnike. Sistem uporablja paketno preklapljanje komunikacijskega protokola TCP/IP. Tako se največje »medmrežje« preprosto imenuje »Internet«. Veščina, kako omrežja povezujemo na ta način se imenuje delovanje interneta (internet operation). Na splošno se internet pogosto nanaša na storitve, kot so svetovni splet (WWW), e-pošta in spletni klepet.





a) Nastavitve zasebnosti in ukrepi

Pri spletni varnosti je najboljše upoštevati sledeče:

- Nastavite brskalnik tako, da lahko brskate po spletu, brez puščanja sledi.
- Poskrbite za napredne nastavitve zasebnosti v družabnih medijih. Nikakor in v nobenem primeru ne delite gesla s prijatelji, fantom / dekletom itd. Tudi najtesnejše vezi se lahko pretrgajo, a če ima nekdo naše geslo, lahko v vašem imenu stori marsikaj (kraja identitete) in vam povzroči veliko škode.
- Preberite pogoje uporabe spletnih ali mobilnih storitev, ki jih uporabljate, in ugotovite, komu vse se lahko posredujejo podatki, ki jih vnesemo na nekem spletnem mestu. - Pri izpolnjevanju spletnih obrazcev bodite previdni. Pred izpolnjevanjem mirno in previdno pomislite zakaj sploh potrebujejo te informacije o vas.
- Poleg osebne e-poštnega naslova ustvarite še en naslov, iz katerega ne bo razvidno, kdo ste (npr. planar@mojmail.com). Uporabljajte ga za izpolnjevanje na spletnih straneh, forumih, anketah itd. To vam omogoča večjo anonimnost.
- V klepetalnicah, pri spletnih igrah, forumih, morda celo na spletnem dnevniku si omislite pameten vzdevek, ki ne razkriva ničesar o tem, kdo ste. Uporaba piškotkov na nek način posega tudi v našo zasebnost, zato je priporočljivo izklopiti ali vsaj redno brisati piškotke, zlasti piškotke oglaševalskih omrežij.
- Ne odgovarjajte na e-poštna sporočila, ki od vas zahtevajo osebne in finančne podatke. Zakonita podjetja takih zahtev nikoli ne bodo pošiljala po e-pošti ali prek spleta.
- Zaščitite vsebino v svojem blogu, spletnem mestu, profilu, galeriji slik itd., ki ni namenjena splošni javnosti, z geslom. Posredujte ga samo tistim, za katere želite, da si lahko ogledajo vašo vsebino. Svojega e-poštnega naslova ne objavljajte javno.



Erasmus+

Pošiljatelji neželene elektronske pošte preverjajo spletna mesta in iščejo vse, kar je videti kot veljaven e-poštni naslov.

- Nikoli ne odgovarjajte na nezaželena e-poštna sporočila (tj. nezaželeno pošto) in se ne poskušajte odjaviti prek povezav v takih sporočilih. S tem pošiljateljem le potrdite, da gre za aktiven e-poštni naslov, in posledično prejmete še več takšnih sporočil.
- Ne pošiljajte verižnih pisem - ustvarjajo sezname e-poštnih naslovov, ki jih zbirajo pošiljatelji neželene pošte.

b) Zaščita zasebnosti vzeta z rezervo

Pretehtajmo katere fotografije sebe, svojih otrok, družine, itd. želimo objaviti na spletu, saj ko je nekaj enkrat objavljeno to težko zbrisemo. Vse se zelo hitro siri in razširi. Vsake toliko časa "googlamo" - v spletni iskalnik vpišemo svoje ime in priimek ter na podlagi rezultatov preverimo, kaj je o nas objavljeno na spletu. Preverimo naša spletna mesta, blog ali profil v spletni skupnosti, da ugotovimo, ali morda vsebujejo osebne podatke, ki jih ne želimo deliti z vsemi. Zavedajmo se, da so vse informacije prek iskalnikov dostopne vsem! Na spletu ne objavljamo svojih kontaktnih podatkov, imena, priimka, telefonske številke, naslova prebivališča, e-poštnega naslova in drugih osebnih podatkov, kot so datum rojstva, številka kreditne kartice, davčna številka itd. Svojega zasebnega življenja in podatkov ne razkrivamo neznancem na spletu, čeprav se zdi, da jih dobro poznamo. Pravzaprav ne vemo, kdo so. Prav tako bodite previdni pri uporabi spletne kamere: kadar je ne uporabljate, naj bo izklopljena. Zavedajmo se, da predstavlja okno, skozi katero lahko tudi nepovabljeni pokukajo v našo zasebnost, stanovanje in družinsko življenje.

c) Izogibanje nezaželeni pošti

Svojega e-poštnega naslova ne objavljamo javno. Pošiljatelji neželene elektronske pošte preverjajo spletna mesta in iščejo vse, kar je videti kot veljaven e-poštni naslov. Nikoli ne smemo odgovarjati na nezaželena e-poštna sporočila (tj. neželena pošto), niti se ne smemo poskušati odjaviti prek povezav v takih sporočilih. S tem pošiljatelji le potrdijo, da gre za aktiven e-poštni naslov, zato prejmemo še več neželene pošte. Ne pošiljamo verižnih pisem - ta ustvarjajo sezname e-poštnih naslovov, ki jih zbirajo pošiljatelji neželene pošte.

d) Redno posodabljanje e-pošte

Pri registraciji v različne aplikacije in družbena omrežja moramo skoraj vedno navesti nekaj kontaktnih podatkov. Običajno je to vsaj e-poštni naslov, pogosto pa tudi telefonska številka. Čeprav je smiselno, da v družabnih medijih delite čim manj osebnih podatkov, sta vaš e-poštni naslov in telefonska številka najpomembnejša kontaktna podatka, ko pozabite geslo. Prek njih nam bo družbeno omrežje poslalo navodila ali kodo, s katero nato ponastavimo geslo. Ko spremenimo e-poštni naslov in starega ne uporabljamo več, ali si spremenimo telefonsko številko, te podatke popravimo v nastavitvah družabnega omrežja. Če dostopa do vnesenega e-



poštnega naslova ali telefonske številke nimamo, gesla ne bomo mogli ponastaviti in v večini primerov bo račun izgubljen skupaj z dostopom do vseh objav.



Varnostni pregled

Imate priporočena dejanja

 **Preverjanje v dveh korakih** 

Za dodatno varnost uporabite svoj telefon 

Vaš račun je dragocen za hakerje. Varnostni ključ, vgrajen v vaš telefon, lahko okrepi vaše preverjanje v dveh korakih. Zdaj nastavite varnostni ključ. [Nauči se več](#)



Nastaviti

Prikaži vse (2) 

 **Vaša shranjena gesla**

Preverite svoja gesla 

 **Varno brskanje**

Vklopite izboljšano varno brskanje 

 **Vaše naprave**

Kjer ste prijavljeni 

 **Nedavna varnostna dejavnost**

V zadnjih 28 dneh ni bilo aktivnosti 

 **Dostop tretjih oseb**

1 aplikacija z dostopom do vaših podatkov 

 **Gmail nastavitve**

1 občutljiva nastavev 

Priporočljivo je imeti dve različni možnosti kako družbeno omrežje vzpostavi stik z nami. To sta lahko dva delujoča e-poštna naslova ali e-poštni naslov in telefonska številka. Če na primer pozabimo geslo iz e-pošte, bomo lahko na telefonsko številko prejeli potrditveno kodo za ponastavitev gesla. Nekatera družbena omrežja in aplikacije ponujajo druge oblike pomoči v primeru pozabljenih gesel. Če je le mogoče, jih izkoristimo. Facebook ima možnost, da nekatere prijatelje označimo kot "zaupanja vredne" in v primeru, da želimo ponastaviti geslo, pošlje kodo enemu od teh prijateljev.

e) Pametna in skrita gesla



Gesla nikakor in pod nobenim pogojem ne delimo s prijatelji, partnerji. Tudi najtesnejše vezi se lahko razdrejo, če pa ima nekdo naše geslo, lahko v našem imenu stori marsikaj (kraja identitete) in nam povzroči veliko škode. Za svoje spletne dejavnosti (e-pošta, klepetalnice, forumi, blogi . . .) uporabljamo varna gesla. Ta gesla pogosto spreminjamo. Svojih osebnih podatkov za gesla ne uporabljamo. Vsebino v svojem blogu, spletnem mestu, profilu, galeriji slik itd., ki ni namenjena širši javnosti, zaščitimo z geslom, ki ga poznajo samo tisti, za katere želimo, da si lahko ogledajo našo vsebino.

f) Kako izbrati pametna gesla



Ne uporabljajte osebnih podatkov, kot so vaše ime, priimek, datum rojstva . . . Pomislite, katere druge informacije o vas ve širok krog ljudi:

ime vašega psa, mačke, hrčka, vaše najljubše skupine itd. – tudi to niso pametna gesla. Na splošno, vse besede, ki jih najdete v slovarju niso dobra gesla. Najboljša izbira je kombinacija vsaj osmih znakov, ki mora vsebovati velike in male črke ter nekaj številke ali ločil. Zapleteno geslo si najlažje zapomnimo tako, da ga povežemo s stavkom, ki nam nekaj pomeni, npr. "Once upon a time." To lahko zapišemo z začetnicami, ki jih prav tako nadomestimo s številkami in znaki: 1-xn0-x. Dobro je imeti različna gesla za različne račune.

Če vam nekdo ukrade ali pravilno ugotovi eno od geslo, ne bo imel dostopa do vseh drugih računov. Lahko vzamete isto osnovo in dodate črke glede na to, za kateri račun gre. Na primer Facebook: 1-xn0-x # FB, Twitter: 1-xn0-x # TW, Gmail: 1-xn0-x # GM itd.

g) Kako gesla zaščitimo



Gesel ne zaupajte nikomur! Geslo občasno spremenite. Ni najbolj pametno, da si ga zapišete, saj ga lahko nekdo najde. Prav tako je bolje, da brskalniku ne dovolite, da shrani vaše geslo, temveč ga vedno vnesite sami. Tako si lahko krepimo tudi spomin. Če si gesla res ne morete zapomniti, pri njegovem zapisovanju upoštevajte naslednje: gesla ne označujte kot geslo, nikoli ga ne zapišite skupaj z drugimi podatki, potrebnimi za določeno registracijo, geslo šifrirajte, na primer: spremenite črke.

Ne pozabite se odjaviti vsakič, ko obiščete svoj poštni predal, profil itd. Še posebej, če ste vanje vstopali prek javnega računalnika! Prepričajte se, da vas nihče ne opazuje pri vnosu gesla. To še posebej velja za gesla za zaklepanje pametnih telefonov. Če pri zaklepanju uporabljate vzorec, izbrišite prstne odtise na zaslonu.

h) Kaj narediti, če nekdo ukrade geslo



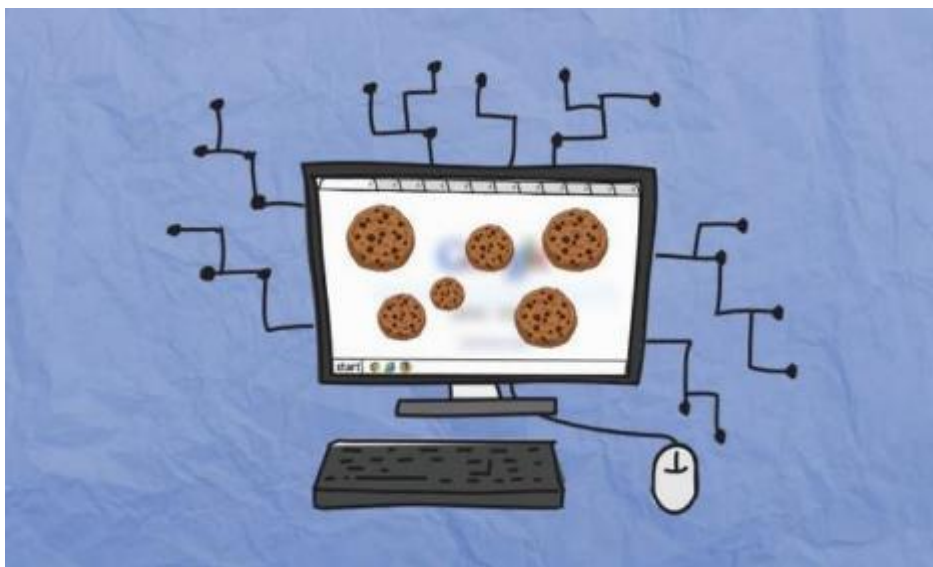
Ob najmanjšem sumu, da je nekdo ukradel vaše geslo, ga takoj spremenite, preden to stori tat. In vam tako vzame dostop do svojega računa. Krajo gesla in s tem krajo identitete prijavite skrbniku spletne storitve, kjer se vam je to zgodilo. Če računa ne morete več pridobiti nazaj, čim prej obvestite prijatelje, naj ne odpirajo več sporočil z vašega naslova, saj niso vaša.

i) Uporaba piškotkov in zasebnost



Večina piškotkov je potrebna za normalno delovanje spletnih mest. Kljub temu je dobro biti pozoren na tiste, katerih edini namen je sledenje ali namestitev zlonamerne programske opreme v vaš računalnik. Upoštevajte tudi, da nekatera spletna mesta morda ne bodo delovala, če blokirate vse piškotke. Nekateri brskalniki omogočajo, da piškotke sprejmete ali blokirate na vsaki strani posebej. Tako lahko določite, da piškotke dovolite le na spletnih mestih, ki jim resnično zaupate. Uporabite programe proti vohunski programski opremi, ki pregledujejo piškotke za sledenje.

j) Kako lahko nadzorujem piškotke?



V brskalniku (npr. Internet Explorer) lahko: izbrišete vse piškotke; blokirate vse piškotke; dovolite vse piškotke; blokirate posamezen piškotek; izbrišete vse piškotke, ko zaprete brskalnika; vklopite "zasebno brskanje" (video vodič za Internet Explorer in Firefox); namestite dodatke in vtičnike za razširitev funkcionalnosti brskalnika.

Temeljne digitalne spretnosti

V tem poglavju vas bomo vodili skozi postopek prijave na internet. Internet je neizčrpen vir koristnih informacij, ki vam lahko pomagajo izboljšati vaše delovne sposobnosti in vam zagotovijo splošno znanje o skoraj vseh temah na svetu. Lahko berete članke in knjige, gledate videoposnetke, poslušate radio, podcaste ali intervjuje.

Internet se uporablja tudi za medsebojno povezovanje prek družabnih omrežij, med katerimi sta najbolj priljubljena Facebook in Instagram. Za klepet ali klicanje prijateljev lahko uporabite tudi aplikacije za takojšnje sporočanje, kot sta WhatsApp ali Viber. V službene namene boste

večinoma uporabljali e-pošto, saj je to najpogostejše uporabljena vrsta komunikacije v poslovnem okolju.

a) Povezovanje z internetom

Če se želite povezati z internetom, morate mobilni telefon ali računalnik najprej povezati z usmerjevalnikom. Računalnik lahko z internetom povežete na dva načina: s kablom LAN ali prek brezžične povezave Wi-Fi. Kabli LAN so pogosto rumene ali modre barve in morajo biti priključeni na vrata LAN na zadnji strani usmerjevalnika.



Običajno je na enem usmerjevalniku več LAN vrat, ki so pogosto rumene barve in označena kot "LAN 1", "LAN 2" in tako naprej. Kabel lahko priključite na katerega koli od teh vhodov.



Drugo stran kabla je treba priključiti na računalnik, ki ima običajno le ena LAN vrata. Običajno se nahajajo na levi ali desni strani prenosnega računalnika ali na zadnji strani namiznega računalnika. Ko je kabel povezan z usmerjevalnikom in računalnikom, se v spodnjem desnem kotu zaslona prikaže ikona povezave LAN.



Prenosni računalniki omogočajo tudi povezavo z internetom prek omrežja Wi-Fi. Najprej morate odpreti meni Wi-Fi, tako da z levim gumbom miške kliknete na simbol Wi-Fi v spodnjem desnem kotu zaslona. Prikaže se spustni seznam vseh razpoložljivih omrežij Wi-Fi v

vaši bližini. Poiskati morate svoje omrežje Wi-Fi in se nanj povezati z vnosom gesla, ki je bilo priloženo usmerjevalniku.



Mobilni telefoni so lahko povezani z internetom samo prek povezave Wi-Fi. Nastavitve Wi-Fi najdete v razdelku "Nastavitve", kjer so na podobnem spustnem seznamu prikazana vsa razpoložljiva omrežja Wi-Fi. Poiskati morate svojega in se nanj povezati z geslom. Če niste prepričani, kakšno je ime ali geslo vašega usmerjevalnika, preverite, ali je na usmerjevalniku nalepka s temi podatki, ali pa se obrnite na službo za pomoč uporabnikom vašega internetnega ponudnika.

b) Uporaba brskalnika

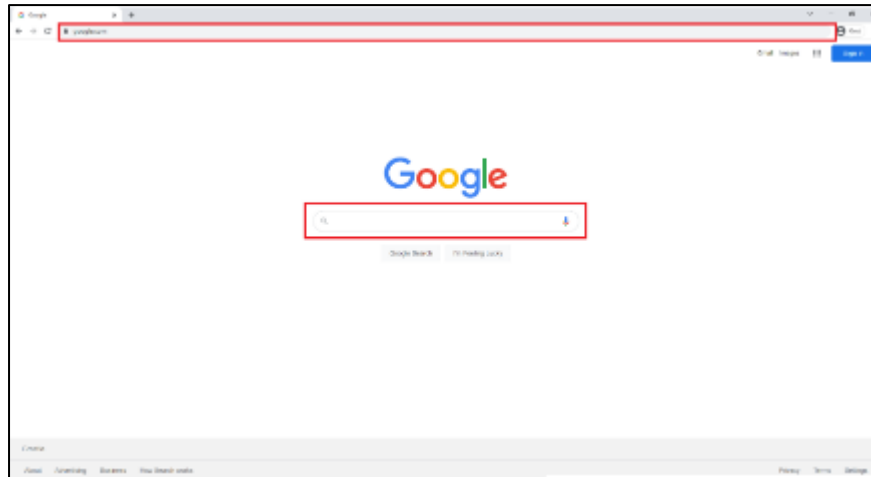
Brskalnik je program, ki se uporablja za dostop do spletnih strani. Na voljo je veliko različnih brskalnikov, med katerimi sta najbolj priljubljena Google Chrome in Mozilla Firefox. Če želite odpreti Google Chrome, dvakrat kliknite njegovo ikono na namizju.



Na zaslonu se bo odprlo novo okno. Na vrhu zaslona je dolga vrstica, v katero lahko napišete točno določeno spletno stran, ki jo želite obiskati (www.mail.google.com ali podobno), in nato pritisnete tipko »Enter«, s čimer se odpre zelena spletna stran. To vrstico lahko uporabite tudi kot Googlov iskalnik. Vanj lahko vpišete "kako napisati dober življenjepis?" in pritisnete Enter, kar bo prikazalo najbolj priljubljena iskanja v Googlu za to vprašanje. Uporabite lahko tudi iskalno vrstico Google na sredini zaslona.



Erasmus+



c) Varovanje gesel

Ko začnete ustvarjati račun za določeno spletno stran, boste morali ustvariti geslo, ki ga boste v prihodnje uporabljali za dostop do svojega računa. Priporočljivo je, da geslo ohranite zase, saj boste tako povečali varnost svojih spletnih računov. Če se želite zavarovati pred krajo spletne identitete in podobnimi napadi, je priporočljivo, da v geslo vključite različne simbole, kot so velike in male črke, številke ali ločila. Prav tako je priporočljivo, da v svojem računu ne uporabljate nobenih osebnih podatkov, kot so ime, številka osebnega dokumenta, telefonska številka, datum rojstva ali naslov. Primer slabega gesla je "janeznovak1995", zlasti če je to ime in letnica rojstva osebe. Veliko boljši primer gesla bi bil "RdeciAvtomobil456!", saj vsebuje velike in male črke, številke in ločila ter ne vsebuje osebnih podatkov.

Ko ustvarite račun, se morate prijaviti na zeleno spletno stran. Običajno sta na voljo dve vrstici, v eno vnesete svoj e-poštni naslov ali uporabniško ime, v drugo pa geslo. Zelo pozorno preverite, ali je na voljo možnost, da ostanete prijavljeni. Ta možnost pomeni, da boste ostali prijavljeni, tudi če zaprete brskalnik ali izklopite računalnik ali mobilni telefon. Prepričajte se, da ta možnost ni označena, če ste prijavljeni v tuji napravi. Če se prijavljate v svoji napravi, je ohranjanje prijave zelo priročno, saj vam postopka ni treba ponavljati vsakič, ko vstopite na spletno mesto ali vklopite aplikacijo.



Lahko se zgodi, da ljudje pozabijo svoja gesla. V tem primeru lahko geslo obnovite tako, da odgovorite na skrivno vprašanje. Skrivno vprašanje izbere uporabnik ob ustvarjanju računa. Gre za nekaj preprostega, česar ne morete pozabiti, na primer rojstni kraj ali ime bližnjega družinskega člana.

Ravnanje z informacijami in vsebino

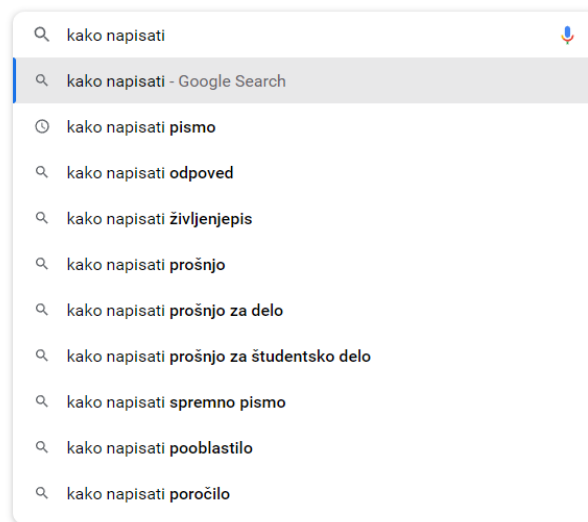
a) Uporaba iskalnikov

Med najbolj priljubljenimi iskalniki sta Yahoo in Google. Uporablja se jih tako, da v iskalno vrstico vnesemo ključne besede in pritisnemo tipko »Enter«. Prikazal se bo seznam ustreznih spletnih mest za vaše ključne besede. Če vidite spletno mesto, ki ga želite odpreti, kliknite z levim gumbom miške na naslov strani (modre črke), ki ga je mogoče klikniti.



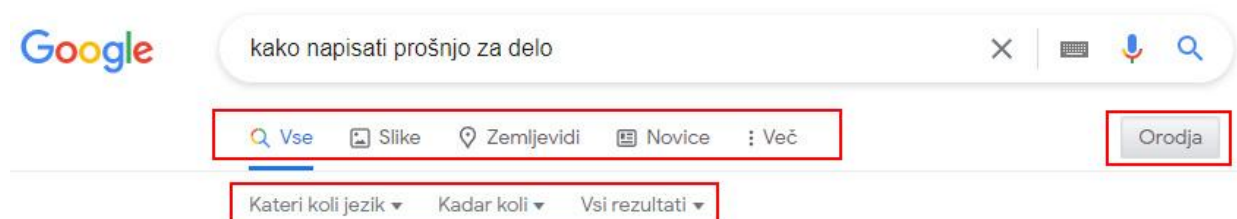
Erasmus+

Ko začnete pisati ključne besede, vam bo iskalnik ponudil predloge v obliki spustnega menija. Ti predlogi so končnice ključnih besed ali ključnih besednih zvez, ki jih pogosto iščejo drugi ljudje. Te predloge je dobro preveriti, saj vam lahko dajo dobro predstav o tem, kaj iskati.



Po pritisku na tipko »Enter«, lahko z orodji iskalnika izboljšate kakovost iskanja. V vrstici za iskanje lahko izberete vrsto rezultatov iskanja. Iščete lahko izključno slike ali videoposnetke, s klikom na "Zemljevidi" pa lahko poizkusite poiskati tudi neko lokacijo na svetu. To vas bo pripeljalo do storitve Google Maps, kjer lahko raziskujete svet in poiščete uporabniku prijazno navigacijo, ki je lahko koristna, če načrtujete potovanje. Kliknite tudi na "Novice" in na seznamu bodo navedene le nedavne spletne strani s članki.

Če želite poiskati novice glede na njihovo starost (npr. želite poiskati spletne strani, ki so bile ustvarjene pred 7 dnevi ali manj, ker želite prebrati samo najnovejše novice), z levim gumbom miške kliknite gumb "Orodja" in pod vrstico z rezultati iskanja se prikaže spustni meni »Časovni okvir«. Tam lahko izberete časovni interval, v katerem je bila spletna stran ustvarjena (v tem primeru bi z možnostjo "pretekli teden" izločili vse spletne strani, starejše od enega tedna).





Erasmus+

b) Razumevanje katere vsebine so zanesljive

Vse vsebine na internetu niso resnične ali pristne. Internet je močno orodje za izmenjavo informacij, vendar tudi napačnih informacij. Zato je priporočljivo, da se izogibate stranem neznanega izvora. Najzanesljivejši viri so znanstveni članki, saj vsebujejo vse podatke o avtorju in izdajatelju. Če naletite na članek brez navedbe avtorja ali virov, je priporočljivo, da iste informacije preverite v drugih medijih.

Obstajajo spletna mesta, kot je Wikipedija, ki je neuradna enciklopedija, kar pomeni, da lahko podatke na njej ureja vsakdo. Tovrstnim informacijam ni mogoče zaupati, če niso podprte z referencami. Zasebni blogi so še en vir nezanesljivih informacij, saj nihče ne preverja dejstev, ki so zapisana v njih, avtor pa je lahko namerno pristranski do te mere, da širi lažne novice, itd. Tudi spletna mesta, ki jih upravljajo podjetja, ki vam želijo prodati svoj izdelek, vas lahko zavedejo, da bi kupili izdelek, ki ga morda ne potrebujete, je predrag ali pa njegova kakovost ni tako dobra, kot se oglašuje.

Strokovne članke je najbolje poiskati na spletnih straneh, kjer so navedena imena avtorjev, kot so znanstveni članki ali časopisni članki, ki so jih objavile uveljavljene institucije, kot so vladne agencije, neprofitne organizacije ali univerze.



Reševanje problemov

a) Uvod

Pri uporabi interneta se pogosto zgodi, da preprosto ne veste, kaj storiti, da bi rešili trenutno težavo ali situacijo. To je kratek priročnik o tem, kaj lahko storite, ko se počutite, kot da ste običali v neki situaciji in ne veste, kako bi jo rešili.



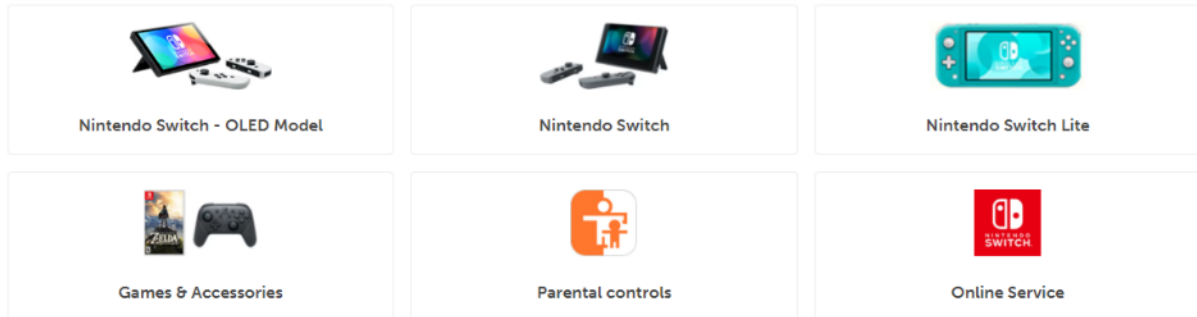
Najpomembnejše orodje pri tem je F. A. Q. (kratica za "pogosto zastavljena vprašanja").

Pogosta vprašanja in odgovori je podrazdelk spletnih mest, ki vam pomaga najti rešitev najpogostejših težav, povezanih s temo. Večina informativnih spletnih strani ima dober razdelek s pogosto zastavljenimi vprašanji, ki vam lahko pomaga. To je koristno tako za vas, uporabnika, kot za podjetje, saj objavljeni skupni odgovori pomagajo prihraniti čas pri podpori strank.

V tem delu si bomo ogledali, kako učinkovito uporabljati pogosto zastavljena vprašanja in odgovore.



Frequently Asked Questions



Nintendo Switch™ - OLED Model



What are the differences between the Nintendo Switch - OLED Model and Nintendo Switch systems?



What does "OLED" mean?

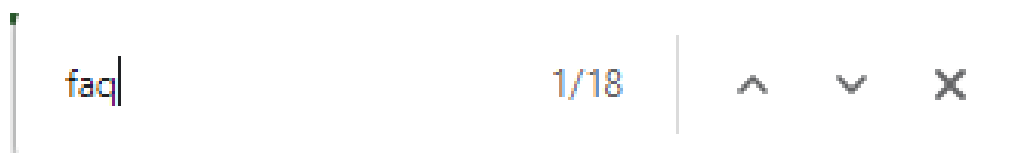


What's included with the system?



Ta grafika prikazuje pogosto zastavljena vprašanja in odgovore podjetja Nintendo. Najbolj očitno je, da je razdelek FAQ na spletni strani jasno viden. Kot smo že omenili, je v interesu podjetja, da zagotovi, da je razdelek s pogosto zastavljenimi vprašanji enostavno najti.

Nasvet: če iz kakšnega razloga ne najdete razdelka s pogostimi vprašanji, lahko v spletnem brskalniku poizkusite iskati s kombinacijo tipk Ctrl+F v računalniku in vanj vnesete FAQ. Odprlo se bo okno, v katerega lahko vnesete iskalni izraz in prikaže, kolikokrat je omenjen na določeni spletni strani:



Ko najdete pravi odsek strani, tam pregledate vsa vprašanja v zvezi z vašo težavo. Postopek je zelo preprost in odgovori največkrat vodijo v odpravljanje težav.

b) Uporaba spletnih učnih gradiv

Poleg pogostih vprašanj in odgovorov lahko uporabite tudi spletna mesta, na katerih je na voljo veliko učnih gradiv o različnih temah. Če točno veste, kaj je vaša težava, jo je najbolje poiskati v brskalniku:

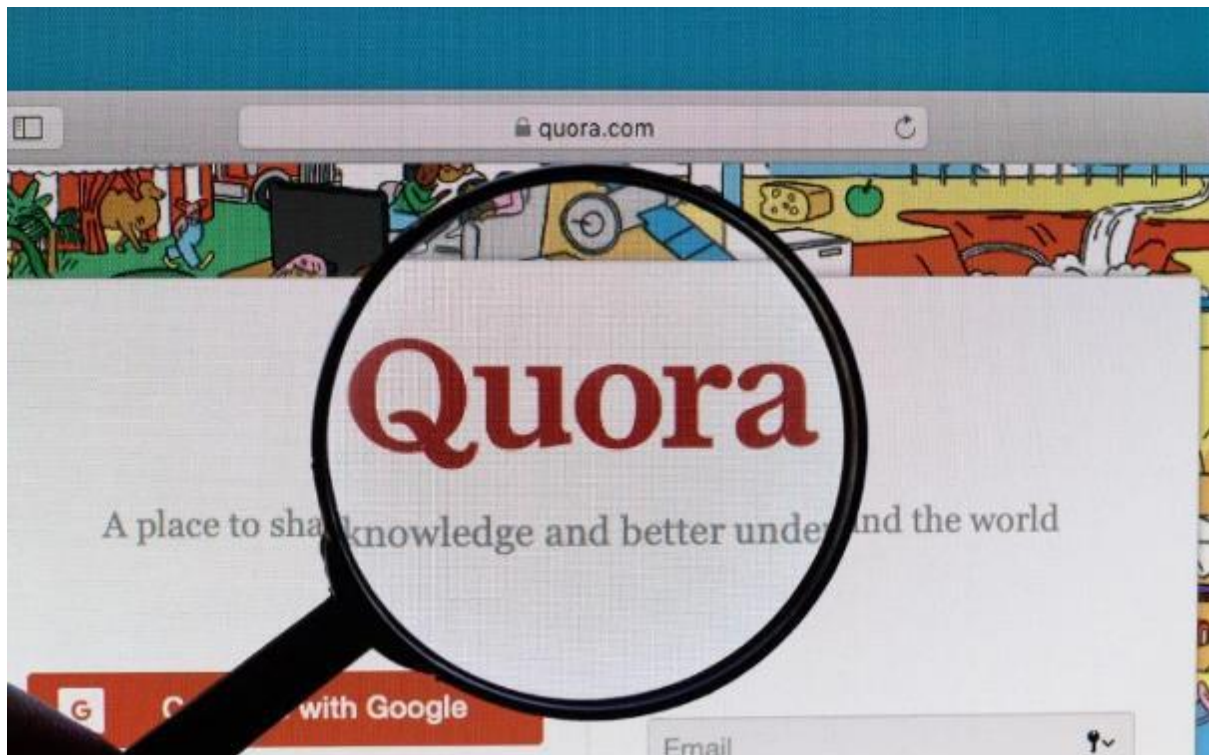


Ko opravite takšno iskanje, boste našli veliko spletnih mest, ki pojasnjujejo, kako nekaj narediti (v tem primeru učenje osnov html).

To je preprost način iskanja več spletnih mest, na katerih so pomembne informacije.

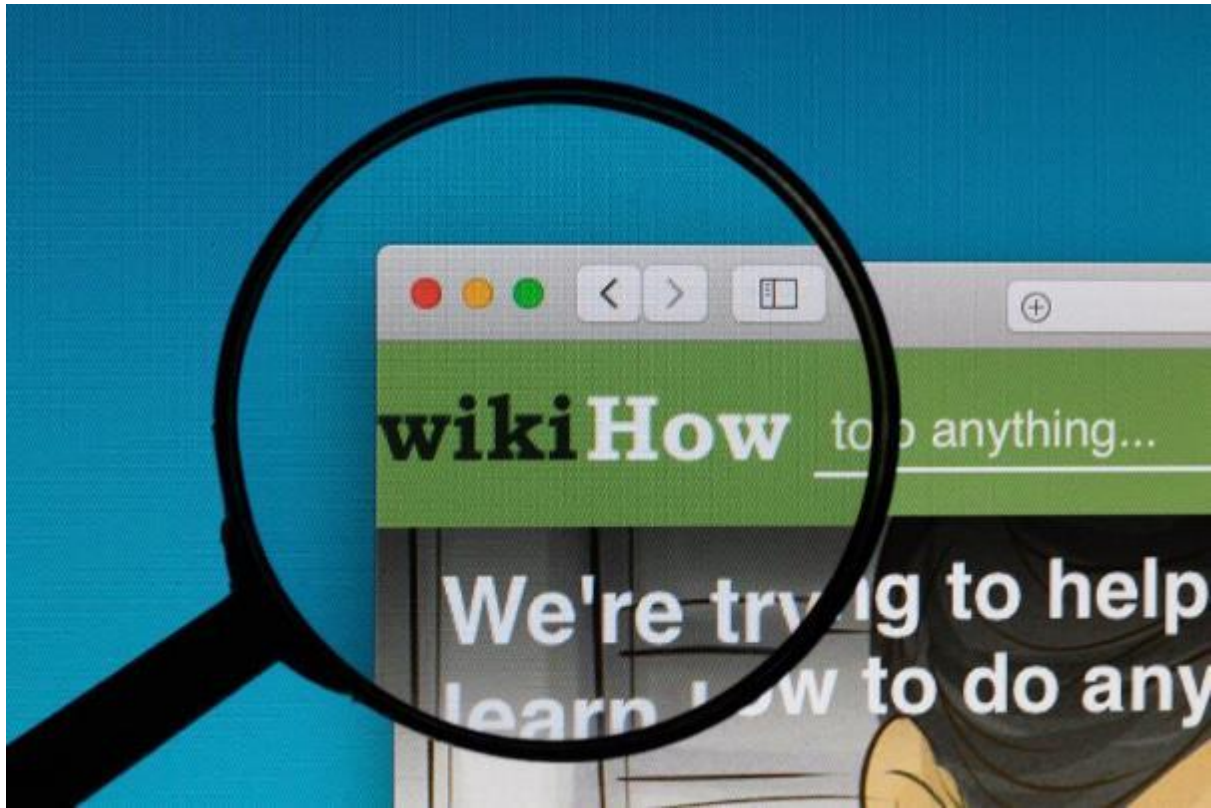
c) Pomembne spletne strani

Dobra spletna stran, kjer lahko postavimo vprašanje o nečem je Quora. Quora je mesto za pridobivanje in izmenjavo znanja. To je platforma za postavljanje vprašanj in povezovanje z ljudmi, ki prispevajo edinstvene vpoglede in kakovostne odgovore.



V bistvu je to spletni forum, na katerem lahko postavljate vprašanja o različnih temah in nanje odgovarjate. Na splošno je precej zanesljiv pri reševanju težav.

Vredno je omeniti tudi spletno mesto WikiHow.



WikiHow je spletna publikacija v slogu Wikipedije, ki vsebuje članke z navodili za uporabo o različnih temah. Njen cilj, ki ga je leta 2005 ustanovil internetni podjetnik Jack Herrick, je ustvariti obsežno zbirko podatkov z učnimi vsebinami, pri čemer se uporablja model odprtega sodelovanja wiki, ki uporabnikom omogoča dodajanje, ustvarjanje in spreminjanje vsebin.

To je izjemno koristno pri iskanju učnih gradiv za praktično vse teme, možnosti so neskončne. Našli boste ilustrirane vodnike o vsem, od tega, kako začiniti hrano brez soli, do sprejemanja plačil prek spleta.



Če se seznanjate s spletnimi učnimi gradivi, je to lahko zelo koristen kraj za začetek učenja o reševanju različnih težav. Vodiči WikiHow so znani po tem, da so dobro ilustrirani, zato jim je lažje slediti

Zelo uporaben je tudi YouTube.

Kot verjetno veste, je YouTube ameriška spletna platforma za izmenjavo videoposnetkov in socialnih medijev, ki je v lasti Googla.



Čeprav YouTube ni definiran kot spletna stran za izobraževanje, so na njem ure in ure uporabniško ustvarjene vsebine, ki vam lahko pomagajo pri popravljanju praktično česar koli.

Njegove vsebine obravnavajo veliko vprašanj. Običajno si ogledate, kako se problem rešuje na videoposnetku, in ga poskušate rešiti tudi sami. Poleg tega ima tudi odličen razdelek s komentarji, ki ga lahko uporabite za vzpostavitev stika z ustvarjalcem vsebin ali ljudmi, ki se soočajo s podobnimi težavami. Če ste šele začeli uporabljati digitalna orodja in ne veste, kako učinkovito uporabljati tehnologijo, je YouTube odličen kraj za učenje osnov in nekaterih posebnosti. Če vas zanima, kako deluje, je na voljo obsežno spletno mesto s pogostimi vprašanji in številnimi temami.



Erasmus+



Kako vam lahko pomagamo?

🔍 Opišite svojo težavo

Brskajte po temah pomoči

Odpraviti težavo	^
Odpravljanje težav pri predvajanju videoposnetkov	
Odpravljanje težav z računom	
Odpravite težave pri nalaganju	
Odpravite težave s članstvom v YouTube Premium	
Poiščite pomoč pri partnerskem programu YouTube	
Oglejte si videe	▼
Upravljajte svoj račun in nastavitve	▼

Skupna raba ali deljenje vsebin

a) Uvod

Zakaj ljudje delijo različne vsebine na spletu? Čeprav se vprašanje sliši preprosto, je samo po sebi precej zapleteno. Če samo pomislimo, univerzalnega odgovora ni in je odvisen od posameznika. Vseeno ima deljenje vsebin nekaj posebnih skupnih značilnosti, o katerih bomo razmislili.



To so pogosto uporabljeni gumbi za skupno rabo. Oboje pomeni, da je mogoče vsebino deliti.

b) Najpogostejše oblike deljenja vsebin

1) Objava na družabnih omrežjih

To je osnovna objava, ki jo delite v družabnih medijih in do katere lahko dostopate v svojem osebnem profilu. Običajno vsebuje sliko, povezano s temo.



2) Zgodba

Zgodbe so zelo podobne objavam, vendar so v drugačni obliki. Običajno potečejo po 24 urah. Najbolje je, da jih dnevno posodabljate.

3) Objava na blogu / članek

Gre za obsežnejša besedila, ki pojasnjujejo določeno temo.



Instagram objava



Instagram zgodba



Članek

c) Prednosti deljenja vsebin

Ljudje so družabna bitja in se naravno nagibajo k interakciji z drugimi. Spletne interakcije so uspešne prav zato, ker nam pomagajo graditi medsebojne odnose. Obdobje družabnih omrežij je v polnem razmahu, zato si najprej oglejmo nekaj razlogov, zaradi katerih se ljudje čutijo obvezani deliti vsebino:

- Deljena vsebina vas opredeljuje v očeh drugih
- Izpostavi ostale dragocenim vsebinam
- Ljudje se počutijo bolje glede samih sebe.
- Pomaga seznaniti ljudi s poslovnimi izdelki in storitvami



Zgornja ilustracija prikazuje postopek določanja vsebine, ki jo je treba deliti.

d) Ciljna skupina

Medtem ko razmišljate o deljenju vsebine, morate najprej razmisliti o ciljni skupini, ki jo želite nagovoriti. To so ljudje, ki vas spremljajo, zato morate razmisliti o objavi vsebine, ki jih bo najbolj pritegnila. Pri zasebnih družabnih medijih so to običajno prijatelji in družina. Za poslovne namene so to večinoma stranke vašega podjetja.



Vizualizacija ciljne skupine. Ljudje na sredini so tisti, ki jih želite doseči.

e) Pomembni napotki

Ko razmišljate o deljenju vsebine, morate najprej razmisliti o ciljni skupini, ki jo želite nagovoriti. K ljudem je treba pristopiti na najprimernejši način. S tem poskrbite, da bodo ljudje motivirani, da se povežejo z vami. To je najpomembnejši dejavnik, tudi za poslovne namene. Če nimate trdnega pristopa, ljudje vaše vsebine ne bodo ocenili kot koristne in jo bodo zavrnil. Zato se morate osredotočiti na nekaj nasvetov

- ✓ vsebina naj bo preprosta, jasna in jedrnata
- ✓ ohranite jo zanimivo in humorno



Ustvarjanje vsebine je najpomembnejši korak v procesu.

f) Deljenje vsebine na družabnih omrežjih

Najpomembnejša stvar pri deljenju vsebin na družabnih medijih je razvoj zanesljive kohezivne strategije za spletno prepoznavnost.

Zelo priporočljivo je, da vključite zunanje vsebine in jih tedensko delite, da ohranite relevantnost svojega profila. Pomembno je tudi, da boste zagotovili dobro ravnovesje med izvirno in obstoječo vsebino.

g) Kuratorstvo vsebin

Druga zanimiva stvar, ki jo lahko storite, je kuratorstvo vsebine. To pomeni, da poiščete že obstoječo vsebino in jo nato delite s svojim občinstvom. Vsebino ne ustvarjate od začetka, temveč lahko začnete z že obstoječo vsebino in ji dodate svoj edinstveni preobrat ter tako povečate njeno dodatno vrednost. Tako lahko preprosto najdete in objavite vsebino, ki bo še posebej pomembna za vaše občinstvo, ter vzpostavite dobre odnose z drugimi ponudniki vsebine, na primer s podjetji.



Erasmus+

h) Zakonito deljenje vsebine

Prevzemanje vsebine drugih in njeno deljenje je povezano z nekaterimi odgovornostmi. Pri tem je zelo pomembno zakonito deljenje vsebine. Če želite zagotoviti zakonito deljenje vsebine, morate:

1) Prepričajte se, da delite pravo vsebino

Najpomembneje je, da se odločite, kaj točno želite doseči z deljenjem vsebine, in da poznate svoje ciljne skupine.

2) Ponudite svojo perspektivo

Deljenje informacij brez konteksta nima smisla. V objavi povzemite informacije in natančno določite del vsebine, ki se vam zdi vreden pozornosti.

3) Navedite avtorja

Navedite avtorja dela, ki ste ga uporabili pri ustvarjanju svojega dela. Če je mogoče, jih med deljenjem označite.

i) Deljenje vsebin drugih oseb

Deljenje vsebin drugih ljudi je dobro za mreženje in vam lahko pomaga v zasebnem in poklicnem življenju. Glede na vrsto vsebine, ki jo delite, je nasvet precej preprost:

1) Za blog

Ko delite pisne informacije, se VEDNO povežite z blogom, na katerem ste jih našli.

2) Za slike

Najbolje je, da uporabite svoje slike. Če jih nimate, se prepričajte, da ima slika licenco "creative commons". To pomeni, da lahko sliko prosto uporabite za ustvarjanje vsebine. Za komercialno uporabo je pomembno, da le to licenca zajema.

3) Za družbene medije

Če označite osebo ali podjetje, jim pošljete obvestilo. To storite tako, da pred uporabniško ime vpišete znak "@". Oseba lahko izrazi hvaležnost s ponovno delitvijo vsebine, s čimer postanete vidni tudi njenemu občinstvu, kar je prav tako zelo koristno.

j) Prepričevanje drugih, da delijo vašo vsebino



Erasmus+

1) Uporabite kakovostne slike

Pri objavljanju slik se prepričajte, da je kakovost slike zadovoljiva. Slike nizke kakovosti je morda lažje najti, vendar same ne bodo zadostile kriterijem za njeno objavljanje.

2) Povečanje števila delitev vaših vsebin

Večina družabnih omrežij ponuja možnost plačila za povečanje števila objav. Na splošno je to priporočljivo le za poslovne uporabnike, saj gre za denar. Vendar pa pomaga pri pridobivanju sledilcev in je zelo cenjen v spletnem trženju.

3) Deljenje vsebin z drugimi osebami ali podjetji

Če je le mogoče, v objavo vključite tudi druge uporabnike, saj bodo tako opozorjeni, da ste delili vsebino, povezano z njimi, in se vam bodo lahko zahvalili tako, da bodo delili vašo objavo.

4) Dodajanje gumba za deljenje (kjer primerno)

5) Deljenje vsebin drugih ljudi

6) Poskrbite, da bodo vaše vsebine aktualne

Prepričajte se, da vsebine, ki jih objavljate, sledijo določenim trendom

7) Če želite, da se nekaj deli v večjem obsegu, lahko sledilce prosite, naj še naprej delijo

Če želite, da se vaša vsebina deli, je dobro, da druge prosite, naj jo delijo



Erasmus+

Poglavje 2:

Koraki pri ustvarjanju digitalnih zgodb





Erasmus+

V drugem poglavju si bomo pogledali, kako lahko korak za korakom začnete razvijati svojo digitalno zgodbo. Digitalno pripovedovanje zgodb je metoda, ki temelji na procesu in uporablja programsko opremo ali aplikacije.

Digitalne zgodbe so sestavljene iz kombinacije digitalnih slik, besedila, posnetih zvočnih ali video posnetkov in glasbenih fragmentov.

Dolžina digitalnih zgodb je lahko različna, vendar v izobraževalnem kontekstu običajno trajajo od 2 do 4 minute. Teme lahko segajo od osebnih zgodb do zgodovinskih dogodkov, od življenja v lastni skupnosti do življenja v drugi državi itd.

V tem poglavju so obravnavane naslednje teme:

1. Izbira teme
2. Izbira pravilnega sporočila
3. Oblikovanje scenarija/organizacija zgodbe
4. Izbira vizualnega in zvočnega gradiva za zgodbo
5. Primer digitalnega pripovedovanja zgodb (ustvarjeno s Powtoon)

Izbira teme

Digitalno pripovedovanje zgodb pomeni pripovedovanje zgodbe na digitalni način. Obstajajo različne oblike digitalnega pripovedovanja zgodb, vsem pa je skupno to, da se zgodbo pripoveduje s stališča pripovedovalca. Digitalno pripovedovanje zgodb pogosto vključuje sporočanje osebne zgodbe, mnenja ali dogodka. Uporabljajo se tudi druge oblike, kot so zgodovinski dogodki, vabila itd.¹

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





Erasmus+

Živahneje kot pripovedujete zgodbo, bolj bodo poslušalci angažirani. Toda kako poskrbeti, da bo vaša zamisel nepozabna, in kako o njej povedati tako, da boste z njo navdušili tudi druge? Prvi korak je izbira teme. To je lahko tema, ki je povezana z vašo zadolžitvijo, ali tema, ki jo izberete sami. Če lahko temo izberete sami, vas bomo z veseljem navdihnili pri izbiri teme za vašo digitalno zgodbo. Naslednji koraki bodo temeljili na temi, ki ste jo izbrali v tem podpoglavju.

Za navdih vam ponujamo seznam možnih konceptov, ki jih lahko uporabite kot vodilo v digitalni zgodbi².

- Zgodba
 - Digitalno pripovedovanje zgodb lahko uporabite za pripovedovanje zgodbe. To je lahko tako osebna zgodba kot tudi fikcija.
 - Nekaj primerov: uvod, dan iz življenja junaka, pravljica, matematična zgodba, . . .
 - Primer digitalne zgodbe o super junaku:
<https://www.youtube.com/watch?v=Kw2b6sDdPIk>
- (Zgodovinski) dogodek
 - Digitalno pripovedovanje zgodb se lahko uporablja tudi za deljenje zgodovinskega ali osebnega dogodka.
 - Nekaj primerov: svetovne vojne, izumi, novi hišni ljubljenci, šolski izleti itd.
 - Primer digitalne zgodbe o Jezusovem rojstvu:
<https://www.youtube.com/watch?v=TzE2QQ4trEQ>
- Izražanje mnenja
 - Because digital storytelling is told from the point of view of the narrator, it is easy to incorporate one's own opinion.
 - Some examples: giving an opinion about a statement, arguing, ...
 - An example of a digital story about an opinion on death penalty:
<https://www.youtube.com/watch?v=bBTWhHTchsA>
- Navodila
 - Digitalno pripovedovanje zgodb lahko vključuje tudi navodila. Učitelj in učenci ga lahko ustvarijo namesto pouka v živo ali pa pouk z njim dopolnijo.
 - Nekaj primerov: načrt po korakih, navodila za koncanje naloge, deli cveta, . . .
 - Primer videoposnetka z navodili na temo "Kako narediti videoposnetek z navodili" ☞: <https://www.youtube.com/watch?v=G5KdD1joFBU>

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





Erasmus+

- **Predstavitev**
 - Digitalno pripovedovanje zgodb lahko nadomesti ali dopolni predstavitev v živo v razredu.
 - Nekaj primerov: poročilo o knjigi, pogovor o osebni rasti, razmislek o neki temi.
 - Primer digitalne zgodbe, v kateri mlada oseba predstavi svojo strast do umetnosti: https://www.youtube.com/watch?v=ykD_6dHYyFQ
- **Vabilo**
 - Digitalno pripovedovanje zgodb lahko uporabite za povabilo na dogodek.
 - Nekaj primerov: šolska zabava, rojstni dan, koncert, filmski večer, . . .
 - Primer digitalne zgodbe, ki vabi na dogodek: <https://www.youtube.com/watch?v=26ImjG6Hjms>
- **Ostalo**
 - Digital Digitalno pripovedovanje zgodb lahko seveda uporabljate za številne druge namene, pustite svoji ustvarjalnosti prosto pot!

Izbira pravilnega sporočila

Po tem, ko izberete temo za digitalno zgodbo, je treba določiti, kako želite posredovati svoje sporočilo.

Pri opredeljevanju sporočila je treba upoštevati moč pripovedovanja zgodb. Tukaj je 6 korakov do uspešnega pripovedovanja zgodb, ki vam lahko pomagajo:

a) Poznavanje svoje ciljne skupine

Lahko ste zelo navdušeni nad določeno temo, vendar če je ne prilagodite ciljnemu občinstvu, se lahko sporočilo popolnoma izgubi. Zato svojo zgodbo prilagodite ciljnemu občinstvu, da bo razumelo, kaj želite povedati. Ta korak je pomemben: določa, kako dolga bo vaša zgodba, kakšen jezik in besede morate izbrati, kakšne slike morate uporabiti in na kateri platformi jo želite deliti.

b) Povezovanje s svojo ciljno skupino

Če želite ljudi prepričati o svojih idejah, storitvah ali izdelkih, se morate znati povezati z njimi. To je vseeno lažje reči, kot storiti, še posebej, če ciljne skupine ne vidite v živo.

Čeprav bo vaša digitalna zgodba potekala prek spleta in ne v živo, je povezovanje povsem mogoče. Bralec, poslušalec ali gledalec vam nameni svoj čas in želi nekaj v zameno.





Erasmus+

Spodbudite njihovo radovednost s citatom, statističnimi podatki, slikami, nečim pomembnim, kar jih bo spodbudilo k razmišljanju.

Povezovanje lahko pomeni tudi zabavanje ciljne skupine z lahkotno vsebino ali pridobivanje njihovega zaupanja.

Zato ne bodite kot univerza, ki sploh ne gleda na svojo ciljno skupino, ampak poskusite vzpostaviti interakcijo.

Na koncu vaše digitalne zgodbe mora gledalec od nje nekaj pridobiti. Po možnosti ga bo zanimalo še več o vaši vsebini. Potem ste z njimi vzpostavili povezavo.

c) Vedeti, kakšen cilj želite doseči s svojo zgodbo

Naj vam postane refleks, da se pred določitvijo konkretnih ukrepov vprašate, kaj je cilj. Kajti kakšen smisel ima naključno nastavljanje marketinških akcij, če nimate v mislih cilja?

Enako je s pripovedovanjem zgodb. Vse zgodbe, ki jih pripovedujete, imajo lahko svoj namen, ki je lahko zelo raznolik. Zato vnaprej določite konec zgodbe in zgodbo gradite v smeri tega cilja. Vnaprej natančno vedite, kaj želite povedati. Nato zgodbo nadgradite s številnimi elementi, ki vam pomagajo poudariti to točko.

Vsekakor lahko delate tudi obratno. Včasih se to obnese. Vendar pa boste na koncu največkrat dobili zgodbo, ki ni skladna, ima slabe argumente in nima jasnega sporočila.

d) Podpiranje zgodbe s slikami in dejstvi

Tako kot pri predstavitev uporabljate govorico telesa, predstavitev PowerPoint ali glasbo, lahko tudi pri svojih zgodbah uporabite podporno gradivo.

Z grafi lahko na primer ponazorite razvoj ali trende. Sporočilo, ki ga želite posredovati v zgodbi, bo na ta način še močnejše. Uporabite lahko tudi navdihujoče citate ali fotografije, da podkrepite svojo misel.

Če želite v zgodbi uporabiti dejstva in številke, se prepričajte, da so pravilne. V nasprotnem primeru boste dosegli ravno nasproten učinek in izgubili verodostojnost. Zato je vsekakor dobro, da se pred tem malo pozanimate. Navsezadnje je internet poln informacij, ki so si v veliki meri nasprotujoče. Preverite tudi svoje vire. Delo je zahtevno, vendar se vsekakor obrestuje v obliki boljše in natančnejše zgodbe, ki prepriča ljudi.





Erasmus+

e) Naj bo ustrezna in specifična

Če dovolj dobro poznate svojo ciljno skupino, veste, kaj jim je všeč in kaj vzdržuje njihovo navdušenje. Tako boste vedeli, katero vsebino imajo najraje. Igrajte se na to temo. Zgodba naj bo pomembna za gledalca. To ne pomeni le, kakšno zgodbo boste povedali, temveč tudi, prek katerega kanala, kakšno poanto želite podati in kakšne vizualne elemente potrebujete za podporo. Bolj kot ste relevantni za ciljno občinstvo, večji je vpliv vaše vsebine nanj.

Vendar bodite tudi dovolj natančni. Tudi če ste zelo relevantni, vaše sporočilo ne bo doseglo cilja, če boste ostali preveč nejasni. Uporabite podrobnosti, dobro uokvirite zgodbo in navedite primere. Tako se bo bralec lažje prepoznal v zgodbi in se počutil bolj vpletenega.

f) Uporabljanje napetosti pri pripovedovanju zgodb

Naj vaša zgodba ne bo dolgočasna. Vaš gledalec jo zagotovo ne bo pregledal do konca in tako ne bo izvedel tiste točke, ki ste jo tako zelo želeli povedati. Zato naj bo privlačna. Tega ne morete doseči le z nekaj številkami in lepimi vizualnimi prikazi tu in tam.

V zgodbi uporabljajte napetost. To lahko storite tako, da junaku zgodbe dodelite nalogo ali ustvarite nasprotnika. Zgodbo lahko začnete tudi z nepričakovano, noro ali ganljivo situacijo. Bralec želi vedeti, kako se bo junak vaše zgodbe iz tega izvlekel.

Zgodbo lahko naredite bolj zanimivo tudi tako, da ji dodate nekaj klišejev ali poiščete kontroverznost. Bralec bo vedel, da vse ni črno-belo, a z občasno kontroverznostjo boste v bralcih vzbudili čustva, ki jih bodo želeli razrešiti.

Nikoli ne boste slišali, da je pripovedovanje zgodb enostavno. Če pa vam bo uspelo svoje zgodbe povedati na pravi način, bodo imele izjemen vpliv. ³ Veliko sreče, komaj čakamo, da vidimo vse to pripovedovanje zgodb v praksi!

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





Erasmus+

Ustvarjanje scenarija/organizacija zgodbe

Tema je sedaj že določena, prav tako ste tudi premislili, kako želite posredovati sporočilo. Da bo digitalna zgodba prijetna v celoti, je v tem koraku pomembno razmisliti, kako najbolje strukturirati sporočilo. To lahko storite tako, da pripravite scenarij.

- Začnite z brainstormingom in zapisovanjem idej. O svojih zamislih se pogovorite z družino in prijatelji. V glavi si preigrajte osnovno idejo o zgodbi.
- Narišite scenarij, ki ga boste kmalu posneli s svojim glasom. Uprite se skušnjavi, da bi izbrali lažjo pot in ustvarili zgodbo samo s slikami in glasbo. Ljudje želijo slišati osebni glas. Ne bodite v zadregi, kako zveni vaš glas; vsi mislimo, da na posnetku zvenimo čudno.
- Pripravite kratek scenarij. Tu se veliko ljudi znajde v zagati. Premagajte strah pred zapisovanjem besed na papir. Nekaj nasvetov:
 - ☐ Bodite osebni. Pozabite na vse, kar so vas učili o uporabi nepristranskega, avtoritativnega glasu, glasu uporabljenega za pisanje esejev. To ni tekmovanje v pisanju esejev. Ljudje želijo slišati vaš glas. Zgodba mora biti povedana z vašega zornega kota.
 - ☐ Lahko napišete slabe prve osnutke. Ne urejajte jih sproti. Pri urejanju in pisanju se uporabljajo različni deli možganov. Predajte se navdihu. Glavne elemente zgodbe zapišite na papir, pozneje pa se vrnite in jih uredite.
 - ☐ Pišite na kratko. Presenečeni boste, koliko lahko sporočite z nekaj besedami in ključnimi slikami.
 - ☐ Med urejanjem scenarija ga preberite na glas. Izogibajte se velikim, modnim besedam; uporabljajte preprost govor.
 - ☐ Ne zadržujte se. Bodite resnični. Doseči morate čustveno globino, kar je včasih mogoče doseči le z razkritjem neprijetnih resnic. Na koncu pa se morate sami odločiti, katero gradivo želite deliti - in s kom.
 - ☐ Poiščite pripovedni lok za svojo zgodbo. **Vse zgodbe - tudi triminutni »biseri« - imajo začetek, sredino in konec.**
 - Na začetku zgodbe je predstavljena premisa zgodbe: vzpostavi dramatično napetost, ki naj bi trajala skozi celotno zgodbo.
 - V sredini so opisani konflikti na poti.
 - Konec je cilj, ki razkriva majhno odkritje, razodetje ali vpogled. To včasih imenujemo model želja-ukrep-realizacija. (Vendar ne od nikogar, ki ga poznamo!) Ali bo fant dobil dekle? Ali bo junak zmagal? Ali bo detektiv rešil skrivnost? S 3-minutnim scenarijem nimate časa za odklone. Preidite k izkupičku.
 - ☐ Delajte na tempu. Mnogi menijo, da je tempo resnična skrivnost uspešnega pripovedovanja zgodb. Ritem in tempo zgodbe je tisto, kar ohranja zanimanje občinstva.





Erasmus+

- ☐ Zaupajte svojemu glasu. Vsi imamo svoj značilen slog pripovedovanja zgodb. Zaupaj svojemu.
- ☐ Ko mislite, da ste končali, preberite svoj scenarij prijatelju. Zelo pogosto bo vaš zaupnik opozoril na očitne izpustitve, pomagal utrditi jezik odlomka ali vam pomagal prepoznati svoj pravi glas.⁴

Naslednja vprašanja vam lahko pomagajo začeti:

- Kakšne slike potrebujete?
- V katerem vrstnem redu jih postavljate?
- Kaj je potrebno povedati o vsaki sliki?
- Katere učinke, animacije, itd. boste uporabili?

Izbira vizualnega in avdio materiala za zgodbo

Preden začnete ustvarjati avdiovizualno vsebino, je pomembno razmisliti o materialu, ki ga potrebujete. Glede na to, kaj želite uporabiti, pridobite ali si izposodite naprave, kot so kamere, filmske kamere, računalniki, iPadi, mikrofoni, projektorji, zvočniki. Seznam naprav je lahko zelo obsežen, vendar ne pozabite, da s pametnim telefonom danes lahko že ustvarite neskončno količino digitalnih zgodb.

Ustvarite ali zberite slike, zvok, glasbo, ... Prepričajte se, da so brezplačni!

- Zberite svojo vsebino

- ☐ Zavedajte se, da lahko produkcijsko delo pri ustvarjanju kratke osebne zgodbe traja več ur. Vzemite si dovolj časa, da to storite pravilno.
- ☐ Če uporabljate stare fotografije, boste potrebovali ploski optični bralnik. Skenirajte jih in shranite v eno mapo na vašem računalniku. Če uporabljate digitalne fotografije, se prepričajte, da so v formatu JPEG. Če imate stare 16-mm filmske posnetke, jih boste verjetno morali poslati v trgovino, ki je specializirana za pretvorbo analognega filma v digitalni video.
- ☐ Če uporabljate novejša fotografije, je velika verjetnost, da so že v digitalni obliki – super!
- ☐ **Upoštevajte, da bo vaš videoposnetek vodoravne oblike, zato ga ustrezno obrežite.** Ne popačujte navpičnih fotografij v vodoravne. Zavedajte se, da se bodo pojavile močne navpične oblike z veliko črne barve na obeh straneh. Ne zmanjšajte velikosti slike na velikost, ki jo bo prikazal vaš film: na splošno jih želite v območju 720 × 540 slikovnih pik; podrobnosti bodo izgubljene, če jih še bolj zmanjšate. Toda ne zadržujte

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



Erasmus+

se preveč pri dimenzijah: danes bodo vsi programi za urejanje videoposnetkov skrčili slike na njihove ustrezne dimenzije.

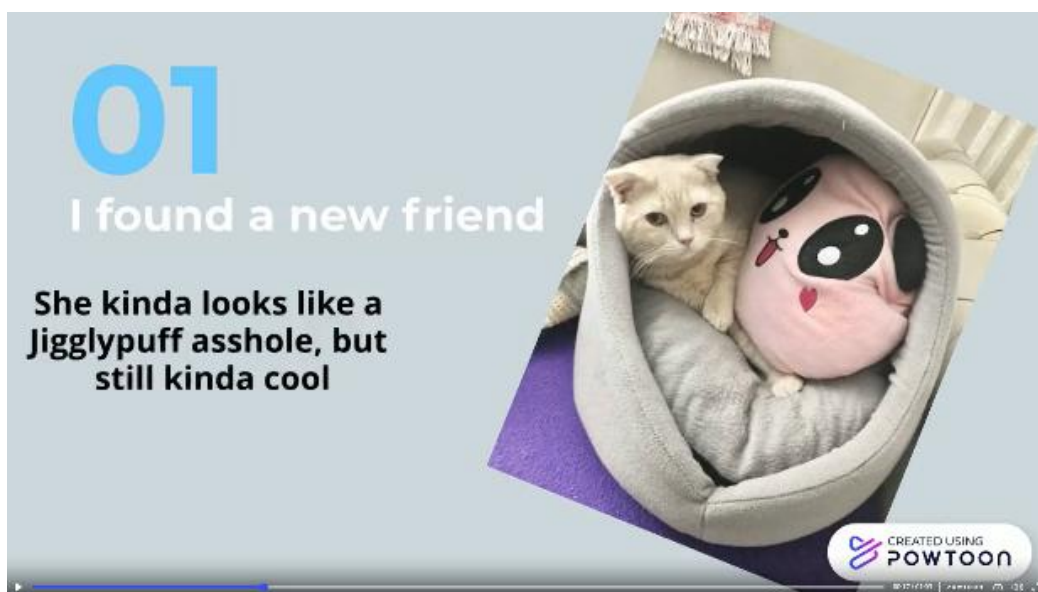
- Posnemite glasovni posnetek
 - ❑ Morda se boste odločili, da bo mikrofona, vgrajen v vaš prenosni ali namizni računalnik, zadostoval za snemanje vaše pripovedi (vsaj jaz tako počnem). Predvsem pa govorite počasi s pogovornim glasom. Naj ne zveni, kot da berete po scenariju!
- Dodajte glasbo
 - ❑ Zelo pogosto boste želeli vključiti glasbo. (Pomislite na glasbo v ozadju v PBS specialkah Kena Burnsa.) Izberite glasbo, ki vzbuja ritem in tempo vaše zgodbe. Za mnoge ljudi je to najlažji del postopka. Večina nas ima v glavi zvočne posnetke, ki odražajo razpoloženje zgodbe, ki jo želimo posredovati. Najučinkovitejše skladbe so pogosto instrumentalne: klasika, ambient, folk ali jazz, brez vokala.
 - ❑ Nato pojdite in najдите glasbo v digitalni obliki: uporabite visokokakovostno datoteko mp3 ali kopirajte skladbo s priljubljenega CD-ja z enim od ducatov brezplačnih programov za kopiranje CD-jev na trgu. Če snemate prijatelja, ki izvaja avtorsko glasbo, še bolje. Nato še uvozite skladbo v program za urejanje videoposnetkov. Če delate v iMovie, ga boste, ko uvozite mp3, videli kot zvočni posnetek na dnu časovnice.
 - ❑ **Upoštevajte avtorske pravice!** Če nameravate svoje delo objaviti na spletu, morda ne boste želeli vključiti celotne skladbe v svojo zgodbo. Morda boste želeli uporabiti glasbo podsafe (in ne, dejstvo, da s svojo zgodbo ne služite denarja, po zakonih o avtorskih pravicah ni pomembno) – glejte Socialbrite's Free Music Directory za širok izbor glasbe, ki vas ne bo pritegnila težave s policisti za avtorske pravice.

A Primer digitalne zgodbe – ustvarjeno s Powtoon

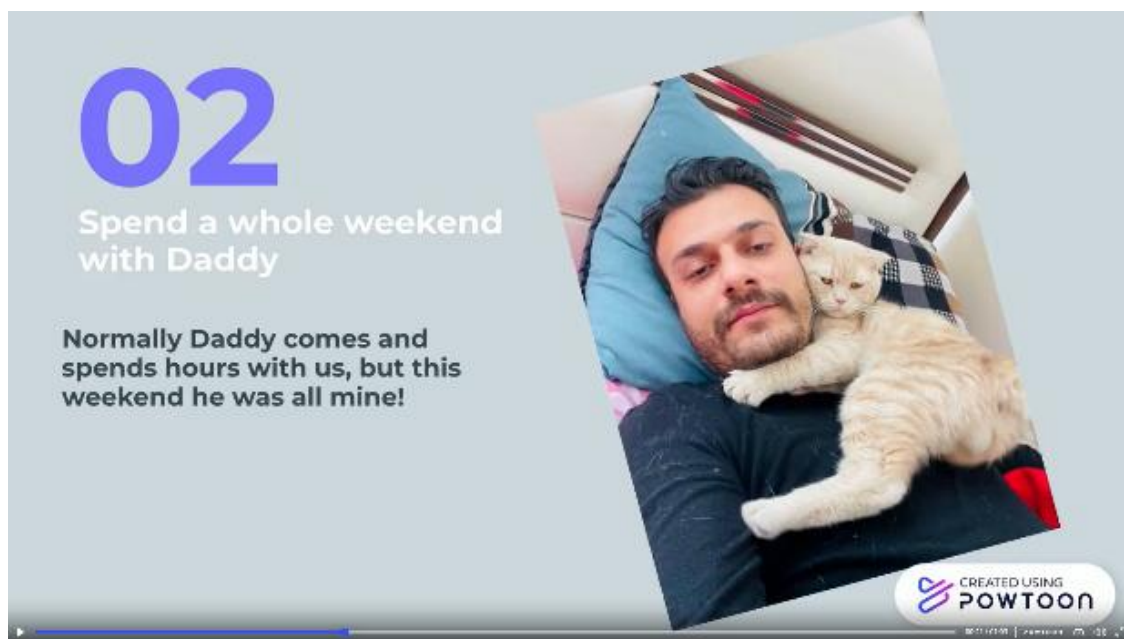
To digitalno zgodbo je ustvaril srednješolec po imenu Çınar. V tej zgodbi nam Çınarjev maček Balış pripoveduje o svojih uspehih v enem tednu. Ta format Powtoon se lahko spremeni v drugačen kontekst, kot je "Mojih 5 dosežkov o učenju jezikov v tem tednu".



Prva stran zgodbe vključuje naslov, temo, datume, ime mačke in ime ekipe, ki je ustvarila to zgodbo. Na tej prvi strani lahko napišete svoje ime, institucijo, ime vaše ekipe (če ustvarjate zgodbo kot ekipa). Tukaj lahko naložite tudi smešne fotografije, videoposnetke sebe, svojih dosežkov, da pritegnete pozornost občinstva. Bolj pisana naslovnica, več ljudi bo pritegnila in bolj jim bo všeč.



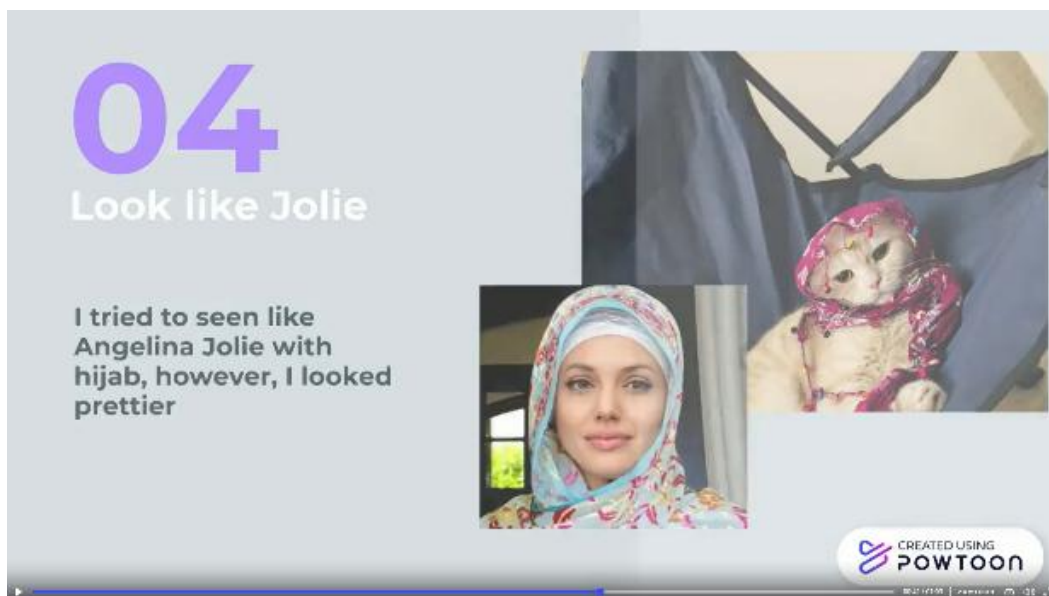
Druga stran nam prikazuje prvi uspeh te ljubke mačke z imenom Baloş. Pravi, da je našel novega prijatelja. Prvi uspeh pri učenju jezikov bi lahko bilo srečanje z novim prijateljem, kjer smo uporabili osnovne dialoge pri srečanjih.



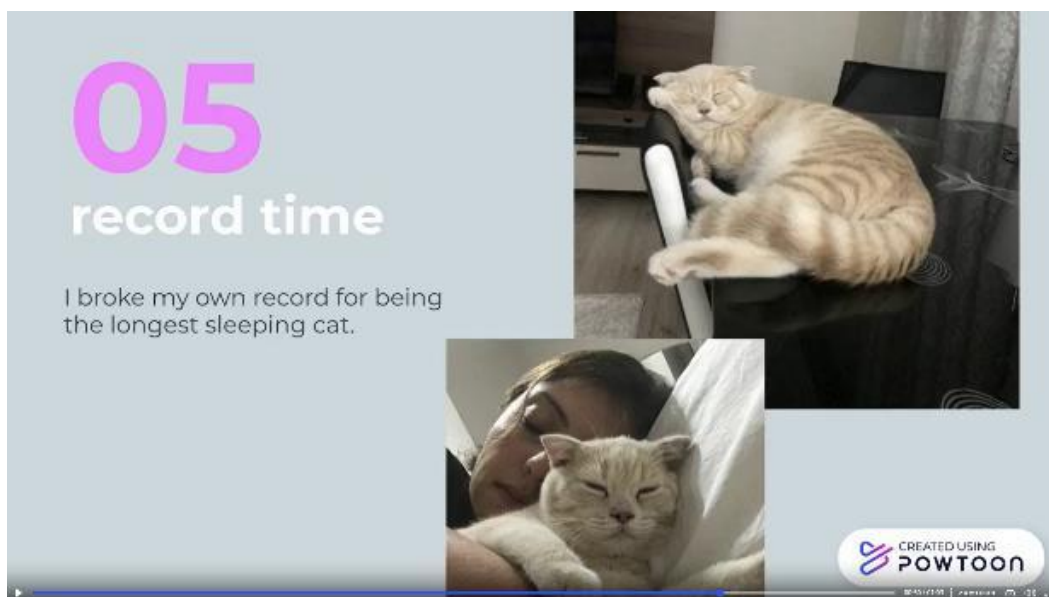
Tretja stran nam prikazuje drugi dosežek Baloşa. Pravi, da je ves vikend preživel z očetom. Naš drugi uspeh pri učenju jezikov bi lahko bil, da ob koncu tedna preživimo določeno količino časa za učenje angleščine.



Tretja stran nam prikazuje tretji uspeh Baloşa. Pravi, da je prestrašil ljudi na spletnem srečanju, ki se ga je udeležila njegova mama. Naš tretji uspeh pri učenju jezikov bi lahko bil pogovor s prijateljem, ki govori tuji jezik preko Zooma vsaj 15 minut.



Četrta stran nam prikazuje četrti uspeh Baloša. Pravi, da je s hidžabom poskušal izgledati kot Angelina Jolie. Naš četrti uspeh v učenju novega jezika je lahko primerjava dveh fotografij s poudarjanjem podobnosti in razlik med njima.



Peta stran nam prikazuje peti uspeh Baloša. Pravi, da je podrl svoj rekord spanja. Naš peti dosežek pri učenju jezikov je lahko podiranje lastnega rekorda z uporabo fraznih besed med govorjenjem.



Zadnja stran nam prikazuje zadnje Baloševe besede. Pravi, da je bil naporen teden in to podkrepi s priročno sliko sebe. Tukaj lahko dodate poslovilne besede ali fraze in dodate frazo 'se nadaljuje', če želite nadaljevati s svojimi digitalnimi zgodbami.



Erasmus+

Poglavje 3:

Iskanje literature o digitalnem pripovedovanju zgodb

Digitalno pripovedovanje zgodb

57 | Strani





Erasmus+

Digitalno pripovedovanje zgodb je sodoben izraz starodavne umetnosti pripovedovanja zgodb. Skozi zgodovino se je pripovedovanje uporabljalo za izmenjavo znanja, modrosti in vrednot. Zgodbe so dobile veliko različnih oblik. Zgodbe so bile prilagojene vsakemu naslednjemu mediju, ki se je pojavil, od kroga tabornega ognja do srebrnega platna in zdaj računalniškega zaslona (The Digital Storytelling Association, 2002).

a) Pripovedovanje zgodb

Zgodbe so način pripovedovanja določenih stvari, o idejah, identitetah in pristopu k človeškemu stanju, poleg tega pa nekaj izražajo drugim (Wagner, 2014). Zgodbe so gradniki znanja, temelj spomina in učenja. Zgodbe delujejo kot simbolna orodja, načini razumevanja izkušenj, ki se odvijajo v času in prostoru (Bruner, 1987). Posamezniki med pisanjem, ko ustvarjajo zgodbe, odkrivajo svoje misli (Miller, 2010). Ljudje vsakodnevno komunicirajo z zgodbami (Tenh et al, 2012). Zgodbe pripovedujemo, poslušamo in se nanje odzivamo, da bi prenesli in sprejeli sporočila ali ideje (Grisham, 2006). Kot je omenil Umberto Eco, je zgodba eno prvih orodij, ki jih uporablja človeštvo. Dejal je, da je "človek po naravi žival, ki pripoveduje zgodbe". V skladu s to perspektivo je smiselno reči, da zgodbe osmišljajo zemljo in gradijo povezavo med organizirano skupnostjo/družbo in ljudmi (povzeto po Grishan, 2006).

Zgodovina pripovedovanja zgodb je stara toliko kot človeštvo. Ker je človeško razumevanje v veliki meri povezano s pripovedovanjem zgodb - zlasti v povezavi s konceptom "premestitve", ki pomeni možnost sklicevanja na dogodke, ki so se zgodili v drugemu času in kraju kot tekoča komunikacija -, bo pristop boljši, če si ogledamo prve pripovedne primere (Yılmaz in Cığerci, 2018). Ustrezno z zgornjim, je pripovedovanje zgodb že od nekdaj pomembno komunikacijsko orodje za izmenjavo znanja, izkušenj in vrednot (Heo, 2009; Smeda, Dakich in Sharda, 2014) z naslednjimi generacijami (Harrison, 2011) in deluje kot most med preteklostjo in sedanjostjo skupnosti (Hull in Katz, 2006). V zgodovini družbenega razvoja človeštva od antike do danes se je uporabljal kot naravna, močna tehnika in izobraževalno orodje za prenos in izmenjavo znanja, izkušenj in vrednot iz ene generacije v drugo (Lantz et al., 2020; Smeda et al., 2014). Pripovedovanje zgodb se je razvilo, ko so si prazgodovinski ljudje izmenjevali informacije o okolju, gibanju divjih živali ali virih hrane. Te informacije o preživetju so se skozi generacije kodificirale in razširile na zgodovino, tradicijo in kulturno mitologijo. Nastale pripovedi (pripoved o zaporedju dogodkov in njihovih pomenih) so bile zaupane pripovedovalcem, da jih ohranijo in delijo.

Pripovedovanje zgodb (z dodatkom prizorišča, zapleta, likov, logičnega razvoja dogodkov, vrhunca) se je razširilo na rituale, ki temeljijo na mitih, skupne uprizoritve ali drame. Zgodbe so pojasnjevale vlogo ljudi v vidnih in nevidnih (magičnih) dogodkih v okoliškem svetu in jih navdihovale za velika dejanja, potovanja ali bitke. S pojavom pisave so se zgodbe ohranile in sčasoma postale priznane kot literatura (pisna dela, ki imajo trajno umetniško vrednost).



Poudarjeno je bilo, da ima pripovedovanje zgodb moč, da podpira aktivno udeležbo v pedagoškem učenju, da uporabijo to, kar so se naučili, da učence spodbuja, poživlja, jim daje energijo in jih razveseljuje (Halifeoğlu, 2021).2021).

a) Digitalno pripovedovanje zgodb

Digitalno pripovedovanje zgodb je način uporabe tehnologije, ki lahko izkoristi prednosti neke vsebine, ki jo prispevajo uporabniki, in pomaga učiteljem premagati nekatere ovire pri produktivni uporabi tehnologije v razredu (Robin, 2008). Osnovno bistvo digitalnega pripovedovanja zgodb je uporaba digitalnih orodij za pripovedovanje zgodbe. Za opis digitalnega pripovedovanja zgodb se uporablja veliko izrazov, kot so digitalni dokumentarni filmi, računalniško pripovedovanje zgodb, digitalni eseji, interaktivno pripovedovanje zgodb (Robin, 2008), multimedijско pripovedovanje zgodb (Smeda et al., 2014; Tsou et al., 2006), spletne zgodbe (Smeda, 2014) ali spletno pripovedovanje zgodb 2.0 (Alexander & Levine, 2008). Vsi se na splošno osredotočajo na idejo o združitvi tradicionalnega pripovedovanja zgodb z orodji novih medijev, kot so slike, grafika, glasba, zvok in avtorjev glas (Gregori-Signes, 2014), da se pove in deli zgodba, ki običajno traja od 2 do 5 minut (Rance-Roney, 2008). Digitalno pripovedovanje zgodb, ki združuje moč tehnologije in pripovedovanja zgodb, imenujemo tudi sodoben izraz stare umetnosti pripovedovanja zgodb (Lambert, 2010). Podobno kot tradicionalno pripovedovanje zgodb se tudi digitalne zgodbe vrtijo okoli izbrane teme in imajo pogosto določeno stališče (Bilici, 2021). Yoon (2013) je primerjal ustno pripovedovanje zgodb in digitalno pripovedovanje zgodb glede na različne značilnosti:

Tabela 2. Primerjava ustnega in digitalnega pripovedovanja zgodb

Značilnosti	Pripovedovanje zgodb	Digitalno pripovedovanje zgodb
Začetek	Pred tisoči let	Leta 1994, Atchley and Lambert v centru za digitalno pripovedovanje zgodb
Glavna vrsta	Človeški glas, mimika, geste	Več sestavnih delov (videoposnetki, slike, glas itd.)
Podajanje vsebine	Verbalna komunikacija	Orodja informacijske in računalniške tehnologije (računalnik, tablica, itd.)
Oblika podatkov	Običajno barvni in tiskani papir	Elektronsko shranjeni v digitalni obliki
Načini učenja	Verbalna komunikacija/ enosmerno govorjenje/poslušanje	Večplastna komunikacija Vzajemna interakcija in sodelovanje
Glavna struktura	Besede se kombinirajo predvsem z gestami in izrazi	Razkritje zelo čustvene izkušnje z zvočno pripovedjo, slikami, zvoki in glasbo

b) Nastanek in zgodovina digitalnega pripovedovanja zgodb



Erasmus+

Digitalno pripovedovanje zgodb se je prvič pojavilo v Kaliforniji v devetdesetih letih prejšnjega stoletja z delom Joeja Lamberta in Dane Atchly (Bull in Kajder, 2004). Joe Lambert je leta 1994 z ženo Nino Mullen in sodelavko Dano Atchley v San Franciscu ustanovil Digital Media Center. Kasneje je ista ekipa ta center leta 1998 preimenovala v Center za digitalno pripovedovanje zgodb v Berkeleyju (Göçen, 2014). Lambert in njegova ekipa so razvili edinstven računalniški izobraževalni in umetniški program na podlagi delavnice za digitalno pripovedovanje zgodb. V okviru Centra za digitalno pripovedovanje zgodb je od leta 1993 sodelovalo približno 1000 organizacij po vsem svetu in več kot 15.000 ljudi se je usposabljal v umetnosti digitalnega pripovedovanja zgodb (Lambert, 2003). Na začetku digitalnega pripovedovanja zgodb je bil Lambert navdušen nad tem, kako enostavno so lahko povprečni ljudje "v razmeroma kratkem času in za razmeroma majhen znesek denarja zabeležili svojo zgodbo na resnično mogočen način" (Tucker, 2006, str. 54).

Center za digitalno pripovedovanje zgodb CDS nudi usposabljanje in pomoč ljudem, ki jih zanima ustvarjanje in deljenje osebnih pripovedi. Danes je novo to, da so orodja, potrebna za digitalno pripovedovanje zgodb - računalniki, skenerji, digitalni fotoaparati in visokokakovostne digitalne naprave za snemanje zvoka - vse bolj cenovno dostopna (Robin, 2008).

c) Definicije

Gre za ustvarjalni proces, v katerem se tradicionalna zgodba kombinira z osebni digitalnimi tehnologijami, kot so računalniki, video kamere in diktafoni (Ohler, 2008). Chung (2007) opredeljuje digitalno pripovedovanje zgodb kot multimedijsko predstavitevno aplikacijo, ki vključuje digitalno besedilo, slike, video in zvok v računalniškem okolju, Yüksel, Robin in McNeil (2011) pa digitalno pripovedovanje zgodb na splošno opredeljujejo kot izmenjavo informacij in pripovedovanje zgodb z multimedijskimi orodji in viri. Čeprav obstaja veliko opredelitev digitalnega pripovedovanja zgodb, je skupna ideja teh opredelitev, da se digitalno pripovedovanje zgodb oblikuje z obogatitvijo tradicionalnega pripovedovanja zgodb z multimedijskimi elementi, kot so slika, zvok in glasba (Göçen, 2014).

d) Enaindvajseto stoletje in digitalno pripovedovanje zgodb

Lahko rečemo, da so orodja, potrebna za digitalno pripovedovanje zgodb - računalniki, skenerji, digitalni fotoaparati in visokokakovostne digitalne naprave za snemanje zvoka - vedno bolj cenovno dostopna (Robin, 2008). Kombinacija zmogljive, a cenovno dostopne tehnološke strojne in programske opreme se odlično ujema s potrebami številnih današnjih učilnic, v katerih je poudarek na tem, da učenci pridobijo veščine, ki jih bodo potrebovali za "uspeh v vse bolj medijsko raznolikih okoljih" (Riesland, 2005). Pri tem je treba poudariti spretnosti 21. stoletja.

- Kritično razmišljanje in reševanje problemov





Erasmus+

- Sodelovanje in vodenje
- Spretnost in prilagodljivost
- Inicativnost in podjetnost
- Učinkovito ustno in pisno komuniciranje
- Dostopanje do informacij in njihovo analiziranje ter
- Radovednost in domišljija (Wagner, 2008).

Poleg tega konzorcij The Assessment and Teaching of 21st-century Skills (2012) razvršča spretnosti, znanja in stališča v štiri kategorije: načini razmišljanja, načini dela, orodja za delo in življenje v svetu. Ne glede na vključene spretnosti ali izraze, ki se uporabljajo za njihov opis, so vse opredelitve spretnosti 21. stoletja pomembne za vidike sodobnega življenja v kompleksnem svetu. Večina se osredotoča na podobne vrste kompleksnega razmišljanja, učenja in komunikacijskih spretnosti, pri vseh pa je poučevanje in učenje zahtevnejše kot učenje na pamet. Te sposobnosti se običajno imenujejo tudi miselne spretnosti višjega reda, poglobljeni učni rezultati ter kompleksne miselne in komunikacijske spretnosti (Saavedra ve Opfer, 2012).

Glede na potrebe in zahteve 21. stoletja, globalizacijo, ekonomsko nujnost in nizko državljansko angažiranost je nujno, da učenci razvijejo spretnosti in znanja, ki jih potrebujejo za uspeh. Današnji učenci bodo oblikovali prihodnji svet, zato se ta hitro spreminja, izobraževalci pa se morajo odzvati in učence pripraviti na družbo, v kateri bodo delali in živeli. Poučevanje večšin 21. stoletja je nujno in ga ni mogoče zanemariti ali jemati zlahka (Larson and Miller, 2011).

Učitelji bi morali upoštevati, da v današnjem razredu povezovanje tehnologije, pedagogike in vsebine vodi k "globljemu razumevanju različnih in močnejših vlog, ki jih imajo lahko digitalni mediji pri poučevanju in učenju" (Robin, 2008). Brennerjeva (2014) raziskava in izkušnje kažejo, da imajo računalniško podprto poučevanje in komunikacijska orodja 21. stoletja takšno vlogo in pozitiven učinek na učne rezultate učencev. Z digitalnim pripovedovanjem zgodb učenci razvijajo številne spretnosti, ki so potrebne za učinkovito delo v 21. stoletju, saj gre za več kot le uporabo tehnologije. Je sredstvo izražanja, komunikacije, povezovanja in domišljije (Malita and Martin, 2010).

- **Kritično razmišljanje:** digitalno pripovedovanje zgodb učence vodi h kritičnemu razmišljanju o učinkovitih kombinacijah med zvočnimi in vizualnimi komponentami. Pri vsaki zgodbi morajo učenci zbrati dokaze, ki podpirajo njihovo zgodbo, ter jih sestaviti in organizirati tako, da dosežejo želeni učinek, kar sta dva najtežja koncepta, ki ju učenci pri samostojnem pisanju prispevkov najtežje razumejo. Z digitalnim pripovedovanjem zgodb učenci začnejo razumeti, kako vsi elementi pisanja pripovedi delujejo skupaj in kako z njimi manipulirati, da bi dosegli najboljši učinek pri bralcih in gledalcih (Jonassen et al., 2008).
- **Samoizražanje in strpnost:** tudi digitalne zgodbe, ki so bile ustvarjene in v katere je bilo vloženo trdo delo, bi lahko delili. Deljenje in ocenjevanje digitalnih zgodb med vrstniki je

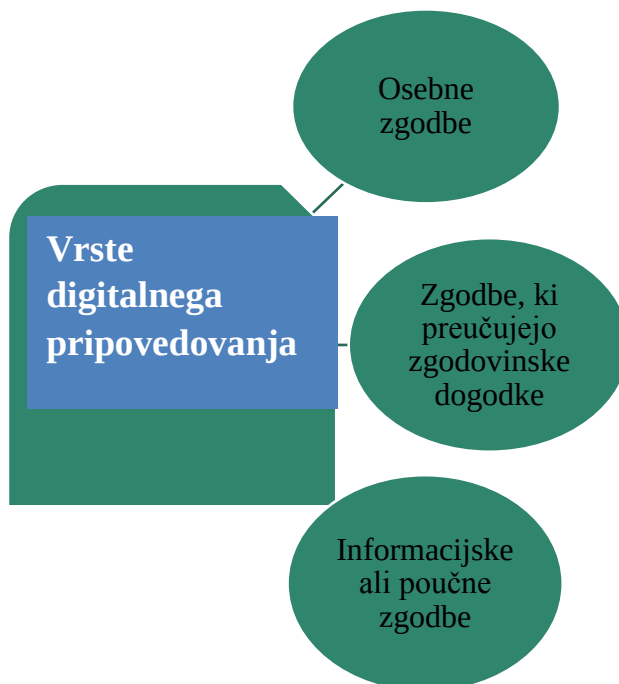


odličen način za spodbujanje samoizražanja in strpnosti ter ustvarjanje zavzete skupnosti učencev.

- **Sodelovanje:** v sodelovalnem in nekako novem učnem okolju so učenci dejavno vključeni v izmenjavo idej, spraševanje in prejemanje povratnih informacij, učenje na neformalen in hkrati na znan način o temah, ki jih zanimajo, od vrstnikov, (starejših) kolegov.
- **Komunikacija:** Študentje razvijajo komunikacijske veščine, učijo se postavljati vprašanja, izražati mnenja, sestavljati pripovedi in pisati za občinstvo, izboljšujejo tudi svoje jezikovne in računalniške sposobnosti z uporabo programske opreme, ki združuje različne multimedije: besedilo, slike, zvok, video in splet. založništvo. Ko nastanejo digitalne zgodbe, učenci ne postanejo le tehnološko pismeni, ampak postanejo tudi oblikovalci, poslušalci, tolmači, bralci, pisci, komunikatorji, umetniki in misleci. (Kajder, 2004, cited by Malita and Martin, 2010)

e) Vrste digitalnega pripovedovanja zgodb

Robin (2006) je navedel, da čeprav obstaja veliko vrst digitalnih zgodb, je najpomembnejše mogoče združiti v tri skupine in združiti digitalne zgodbe kot »osebne zgodbe«, »zgodbe, ki preučujejo zgodovinske dogodke« in »informacijske ali poučne zgodbe«.



Slika 1. Vrste digitalnega pripovedovanja

1) Osebne zgodbe



Erasmus+

Morda je najbolj priljubljena vrsta digitalne zgodbe ta v kateri avtor pripoveduje o osebnih izkušnjah. Te zgodbe se lahko vrtijo okoli pomembnih dogodkov v življenju in so lahko čustveno bogate in osebno pomembne tako za avtorja kot za gledalca. Robin (2006) je kot razlog za ustvarjanje digitalnih zgodb poudaril pomen želje po ustvarjanju osebnih zgodb. Gre za vrsto digitalne zgodbe, ki vsebuje spomine in izkušnje pripovedovalca. V tej vrsti zgodbe so vsebina dogodki, ki so se zgodili v človekovem lastnem življenju. Gre za vrsto digitalne zgodbe, pridobljene s pisanjem zgodbe te vsebine in pretvorbo v digitalno obliko z multimedijskimi orodji (Göçen, 2014).

2) Zgodbe, ki preučujejo zgodovinske dogodke

To je vrsta digitalne zgodbe, v kateri so zgodovinski dogodki vzeti kot tema. Vizualni elementi in vokalizacije, uporabljeni pri ustvarjanju te digitalne zgodbe, bi morali odražati ta zgodovinski dogodek. Impresivna kombinacija zgodbe v digitalni zgodbi in digitalnih elementov daje poslušalcem občutek, da podoživljajo zgodovinski dogodek in čas dogodka (Göçen, 2014). V šolskem okolju lahko učenci uporabijo zgodovinske fotografije, časopisne naslove, govore in drugo razpoložljivo gradivo, da ustvarijo zgodbo, ki dogodkom iz preteklosti doda globino in pomen. (Robin, 2008).

3) Informacijske ali poučne zgodbe

Ta vrsta digitalne zgodbe se uporablja predvsem za posredovanje učnega gradiva na številnih različnih vsebinskih področjih. Učitelji lahko uporabljajo to vrsto digitalne zgodbe, da svojim učencem predstavijo informacije o predmetih, od matematike in naravoslovja do umetnosti, tehnologije in medicinskega izobraževanja (Robin, 2008). To je vrsta digitalne zgodbe, katere cilj je občinstvo naučiti določeno temo. Vsebino, ki jo je treba poučevati, pripovedujemo in jo združimo z ustreznimi slikami, zvoki in glasbo ter predstavimo ciljni publiki. V tej vrsti digitalne zgodbe postane tema, ki jo je treba informirati ali poučevati, za občinstvo bolj konkretna, saj je obogatena z vizualnimi in slušnimi dodatki. (Göçen, 2014).

f) Temeljni elementi digitalnega pripovedovanja zgodb

Ohler (2008) v svoji knjigi *Digital Storytelling in the Classroom* pojasnjuje, da imajo elementi digitalne zgodbe pomembno vlogo pri gradnji digitalne zgodbe. Elementi omogočajo pripovedovalcem zgodb, da upoštevajo proces gradnje in ustvarijo tako imenovano dobro digitalno zgodbo (Lambert, 2006). Obstaja več strokovnjakov, ki so predlagali svoje sklope elementov, vendar bomo tukaj uporabili Robinove elemente, saj so najbolj posodobljeni in temeljijo na Centru za digitalno pripovedovanje zgodb.

Tabela 3. Sedem elementov digitalnega pripovedovanja zgodb

Sedem elementov digitalnega pripovedovanja zgodb Centra za digitalno pripovedovanje



1. Stališče	Kaj je glavna poanta zgodbe in kakšen je pogled avtorja?
2. Ključno vprašanje	Ključno vprašanje, ki zadrži pozornost gledalca in na katerega bo odgovorjeno do konca zgodbe.
3. Čustvene vsebine	Resne teme, ki zaživijo na osebni in močan način ter zgodbo povežejo z občinstvom.
4. Dar vašega glasu	Način za personalizacijo zgodbe, ki občinstvu pomaga razumeti kontekst
5. Moč zvočne spremljave	Glasba ali drugi zvoki, ki podpirajo in popestrijo zgodbo
6. Uporaba vsebine	Uporabite dovolj vsebine za pripovedovanje zgodbe, ne da bi s tem preobremenili gledalca.
7. Tempo	Ritem zgodbe in njeno počasno ali hitro napredovanje.

1) *Stališče*

To je element, ki vsebuje glavno točko zgodbe in avtorjevo stališče. Da bi bila digitalna zgodba učinkovita, mora biti namen zgodbe jasen, avtor pa mora zgodbo pripraviti z vidika, ki ustreza njenemu namenu. Lambert (2003) je dejal, da se zgodbe lahko pozabijo, stališča pa se zapomnijo. Zato mora avtor izdelek predstaviti v skladu z namenom zgodbe in poslušalca voditi v okviru zornega kota zgodbe. Avtor se vpraša: "Zakaj sem izbral to temo?", "Kakšno sporočilo želim posredovati občinstvu?" in "S kakšnim namenom pišem to zgodbo?". Na ta način se bo avtor osredotočil na bistvo, ki ga želi povedati v zgodbi, in razkril izdelek, primeren za njegov namen (Göçen, 2014). Arslan (2013) navaja, da stališče vzpostavlja odnos med pripovedovalcem in poslušalcem in je faza, na kateri se pripovedovalec odloči, kaj bo povedal.

2) *Ključno vprašanje*

Na koncu zgodbe je pozornost občinstva obdržana in ključno postane vprašanje, na katerega je treba odgovoriti. Tisti, ki gledajo digitalno zgodbo, jo spremljajo bolj pozorno pričakujejo odgovor na ključno vprašanje na koncu zgodbe (Göçen, 2014). Bull in Kajder (2004) navajata, da je element ključnega vprašanja tisti, ki digitalno zgodbo razlikuje od filma o potovanju. Lambert (2003) je navedel, da dobro oblikovane zgodbe povečujejo vznemirjenje od začetka do konca zgodbe. Rešitev presenetljivega problema je pravzaprav središče zgodbe. Zato bi morali pisci zgodbe to vprašanje strukturirati z vidika zgodbe in poslušalčevo pozornost zadržati pri zgodbi, dokler se ta ne konča (Göçen, 2014).

3) *Čustvene vsebine*



Erasmus+

Čustvena vsebina je element, ki vpliva na vez med zgodbo in občinstvom. Najuspešnejše digitalne zgodbe so tiste, ki pri občinstvu vzbudijo čustva (Bull in Kajder, 2004). Smeh, jok, jeza, navdušenje, strah, žalost in presenečenje so reakcije, ki jih doživljamo in pokažemo ob aktivaciji čustev. Takšni odzivi občinstva digitalne zgodbe kažejo, da se je med zgodbo in občinstvom vzpostavila čustvena vez (Göçen, 2014). Lambert (2003) navaja, da je za občinstvo vedno pomembno, da premisli o stopnji čustvene občutljivosti pri oblikovanju perspektive zgodbe.

4) Dar vašega glasu

Po postopku pisanja digitalne zgodbe se ta pred srečanjem z občinstvom uglasbi. Ta element je ena od značilnosti, ki digitalno zgodbo razlikuje od tradicionalne. Zvočni element je funkcija, ki lahko poveča učinkovitost digitalne zgodbe. Pripovedovalec mora zgodbo ne brati neposredno, temveč jo vokalizirati, pri čemer mora biti pozoren na intonacijo in poudarke. Bull in Kajder (2004) navajata, da so pripovedovalčevo prilagajanje višine glasu, spreminjanje tona glasu in barve glasu osebni način posredovanja pomena in namena zgodbe. Poudarili so tudi, da je zvok eden najpomembnejših elementov, ki prispevajo k učinkovitosti digitalne zgodbe.

5) Moč zvočne spremljave

Glasba je pomemben element digitalne razsežnosti zgodbe. Da bi pripovedovalec lahko pripravil učinkovito digitalno zgodbo, mora izbrati primerno glasbo za zgodbo. Glasba, ki je dodana pripravljeni zgodbi, je element, ki podpira in okraši zgodbo (Göçen, 2014). Arslan (2013) navaja, da smiselna in harmonična glasba, izbrana v digitalni zgodbi, poveča pripovedno moč zgodbe. Ustrezno uporabljena glasba ali zvoki lahko zgodbi dodajo globino ter jo naredijo bolj čustveno in poudarjeno (Karakoyun, 2014).

6) Uporaba vsebine

Ta element se nanaša na učinkovito uporabo drugih elementov v digitalni zgodbi. Lambert (2003) navaja, da je uporaba vsebine običajno največji problem v zgodbi. Zaradi pretirane uporabe besed, vizualnih in zvočnih elementov v digitalni zgodbi se lahko občinstvo začne dolgočasiti, težko sledi zgodbi, postane raztreseno in se oddalji od vidika zgodbe (Göçen, 2014). Učinkovitost digitalne zgodbe dosežemo s smiselno in učinkovito sintezo zgodbe in digitalnih elementov. Zato pretirana in nepotrebna uporaba teh elementov ne bo le zmanjšala učinkovitosti zgodbe, temveč lahko povzroči tudi, da zgodba odstopi od svojega namena. Bull in Kajder (2004) navajata, da je digitalna zgodba sestavljena iz kratkih zgodb, ki trajajo od dve do tri minute, kar se prakticira v Centru za digitalno pripovedovanje zgodb.

7) Tempo



Tempo je element, ki se nanaša na hiter ali počasen potek zgodbe. Skrivnost uspešne zgodbe naj bi bila v ritmu. Tudi ritem zgodbe vpliva na občinstvo ali poslušalce, da sledijo zgodbi. Ritem mora biti v skladu s pripravljeno zgodbo. Lambert (2003) je navedel, da hiter tempo daje občutek nujnosti, akcije, živčnosti, jeze in vznemirjenja, medtem ko počasen tempo daje občutek kontemplacije, romantike, sprostitve ali preprostih užitkov. V tem primeru se mora pripovedovalec izogibati prehitremu ritmu, ki bi bil za poslušalce prehiter in tako monoton, da bi jim postal dolgočasen. Ritem je treba oblikovati glede na vsebino in potek zgodbe. Tako kot se razlikujeta tempo žalostnih in veselih zgodb, bi se morala tudi poglavja v zgodbi z različnim potekom odvijati z različno hitrostjo (Göçen, 2014).

g) Postopek ustvarjanja digitalnega pripovedovanja

Videti je, da so koraki, ki sledijo procesu digitalnega pripovedovanja zgodb, v literaturi obravnavani v različnem številu in stopnjah. Wang in Zhan (2010) navajata, da je proces ustvarjanja digitalne zgodbe sestavljen iz dveh osnovnih korakov: sestava zgodbe in integracija tehnologije. Sestavljanje zgodbe poteka po enakem postopku kot vsako sestavljanje. Ta korak vključuje analizo občinstva, namena, glasu in tona, oblikovanje osnutka idej za zgodbo, združevanje vsebine s scenarijem, pregledovanje in urejanje zgodbe. Ko je zgodba končana, dobi digitalno obliko z uporabo ustreznih tehnoloških orodij. Robin (2016) priporoča, da učenci pri ustvarjanju digitalnih zgodb upoštevajo 12 korakov, prikazanih na spodnji figuri.



Slika 2. Koraki ustvarjanja digitalnega pripovedovanja zgodb

1) Izbor teme



Erasmus+

Določitev teme je na nek način izhodišče za digitalno zgodbo (Yavuz-Konokman, 2015). Učenci, ki bodo delali skupaj, se lahko združijo in odločijo o temi z uporabo svojih spretnosti brainstorminga in sodelovanja (Chung, 2006; Kieler, 2010). Pri izbiri teme je pomembno tudi, kdo je ciljna publika in s kakšnim namenom bo zgodba pripravljena, kot na primer obveščanje, prepričevanje, spraševanje (Robin, 2016).

2) Raziskovanje teme

Če bodo digitalne zgodbe, ki jih bodo učenci ustvarili, osebne (refleksivne) narave, je pomembno, da pred pisanjem scenarija pripravijo načrt, ki vključuje dogodivščino glavnega junaka, dogodke, ki jih bo doživel, njegove težave, rešitve težav in zaključek (Jakes in Brennan, 2005). Če bo digitalna zgodba, ki jo je treba ustvariti, izobraževalne (informativne) ali zgodovinske vrste, je priporočljivo, da učenci preidejo v fazo načrtovanja, po tem ko opravijo raziskavo o glavni temi iz spletnih in tiskanih virov, preden se lotijo priprave scenarija (Lambert, 2010; Robin, 2016). Učencem koristijo tudi vizualni in slušni elementi, ki jih najdejo prek interneta, saj so tako njihovi scenariji zgodb bolj smiselni. Med izvajanjem raziskave je treba paziti, da je takšno multimedijsko gradivo združljivo z zastavljenim scenarijem in zanimivo (Yavuz-Konokman, 2015).

3) Pisanje prvega osnutka scenarija

Znano je, da je pisanje scenarija zgodbe glavni element procesa ustvarjanja digitalne zgodbe (Robin in McNeil, 2012). Prav tako je navedeno, da je postopek pisanja scenarija najbolj zamudna faza (Robin, 2006). Postopek se pogosto začne s tradicionalnim pisanjem. Priprava scenarija je postopek prenosa avtorjevih misli ali urejenih informacij na papir glede na vrsto osebne, didaktične ali zgodovinske zgodbe (Robin in McNeil, 2012). Priporočljivo je, da so učenci sposobni napisati nekaj brez oklevanja in da pri pisanju zgodbe odražajo svoja občutja, navdušenje in stališče (Demirer, 2013). Prvi osnutek zgodbe je koristno prebrati na glas, da se prepričate, da je namen zgodbe jasno izražen in da vključuje perspektivo. Poleg tega bo digitalna zgodba trajala le nekaj minut, zato bo osredotočanje na določeno težavo ali vprašanje pripomoglo k ustvarjanju kakovostnejše digitalne zgodbe (Robin, 2016).

4) Pridobivanje povratnih informacij o scenariju

V tem koraku se scenarij zgodbe deli z drugimi in pridobi povratne informacije. Ko učenci pripravijo osnutek scenarija, svoje zgodbe delijo z drugimi in dobijo povratne informacije. Med procesom pisanja osnutka scenarija se nenehno izvajajo popravki (Bilici, 2021). V fazi pregleda vsebine se osnutek zgodbe oceni glede na pravopisna pravila, ločila in pomensko celovitost. Povratne informacije in popravki za scenarij se lahko izvedejo v skladu s samoocenjevanjem, medsebojnim ocenjevanjem in ocenjevanjem učitelja (Baki, 2015).



5) Popravek scenarija

Na podlagi povratnih informacij, prejetih v osnutku scenarija, se v scenarij vnesejo popravki in izboljšave. Ker je pisanje scenarija ponavljajoč se proces, je za dobre rezultate morda potrebnih več poskusov (Robin, 2016). Za tekoče branje zgodbe je pomembno, da učenci dobijo povratno informacijo z glasnim branjem sami ali s sošolci (Demirer, 2013). Povratne informacije in popravki se nadaljujejo, dokler osnutek scenarija zgodbe ne dobi končne oblike. Ko osnutek scenarija dobi končno obliko, po pisanju sledijo naslednje faze (Bull & Kajder, 2004).

6) Iskanje, izdelava in dodajanje slik

V digitalnih zgodbah se vizualizacija uporablja za povečanje učinka scenarija in njegovo osmiselitev. Na voljo so spletna orodja za iskanje fotografij, risb, klippingov, zemljevidov, diagramov in drugega. Poleg tega lahko učenci uporabijo tudi lastne fotografije, posnete s fotoaparatom (Robin, 2016; Robin & McNeil, 2012)

7) Pozor na avtorske pravice

Pri iskanju spletnega gradiva je priporočljivo izbrati gradivo z licenco Creative Commons (Robin, 2016). Poleg tega je treba pri drugih pisnih ali vizualnih gradivih iz spletnih ali tiskanih virov navesti vir in pri tem upoštevati osebne pravice.

8) Ustvarjanje storyboarda

Storyboard je pisni ali vizualni povzetek vseh elementov, ki naj bi bili vključeni v digitalno zgodbo. Velja tudi za miselno organizacijo ali zgodbeno tablo, v kateri je scenarij fikcije združen z digitalnimi elementi (Jakes in Brennan, 2005; Kearney, 2009; Robin, 2016). S storyboardom lahko digitalni videoposnetek zgodbe pred dokončnim oblikovanjem enostavno spreminjate in dodajate vsebino. Ustvarimo ga lahko na velikem listu papirja, lahko pa ga ustvarimo na računalniku z določeno programsko opremo (Karakoyun, 2014). V postopku oblikovanja digitalne zgodbe se ustvari storyboard, da se vizualizira, kako bo zgodba videti, in prikaže diagram poteka videa (Lambert, 2010; Yavuz-Konokman, 2015). Čeprav se korak ustvarjanja zgodbe pogosto obravnava kot nepotreben in dolgotrajen korak, ki ga učenci želijo preskočiti, je sprejet kot nujen element za digitalno pripovedovanje zgodb (Jakes & Brennan, 2005).

9) Ustvarjanje glasovnega posnetka

Da bi vsebini dodali pomen in globino ter povečali čustveno vrednost digitalne zgodbe, je pomembno, da je vokalizirana s poudarkom in intonacijo (Kajder in Swenson, 2004).



Erasmus+

Učinkovita vokalizacija učencev z lastnimi glasovi zagotavlja, da učenci zgodbo ponotranjijo, ter ji doda izvirnost in čustvenost (Chung, 2006; Ohler, 2006). Za snemanje zvoka lahko uporabite zunanji mikrofonski, ki je povezan z računalnikom, ali notranji mikrofonski v mobilnih telefonih in prenosnih računalnikih. Poleg strojne komponente je potrebna tudi programska oprema, kot je Audacity, ki omogoča snemanje in urejanje zvočnih datotek. Nekateri programi za ustvarjanje digitalnih zgodb, kot je MS Photo Story 3, imajo vgrajeno možnost snemanja zvoka. Za kakovosten posnetek med snemanjem zvoka je pomembno, da je okolje mirno in da se opravi potrebno število ponovitev (Bilici, 2021).

10) Dodajanje glasbe v ozadju

Z glasbo v ozadju, ki je primerna za temo zgodbe, jo lahko še dodatno obogatite. V ta namen se lahko uporabi obstoječa glasba v uporabljeni programske opreme ali pa se prenese s spletnih naslovov, kot je "Jamendo.com" (Robin, 2016). Pri dodajanju glasbe v digitalno zgodbo je treba upoštevati, da glasba v ozadju ne sme preglasiti glasovnega sporočila.

11) Ustvarjanje digitalne zgodbe

Na tej stopnji se sestavine, kot so scenarij zgodbe, vizualni posnetki, zvočni posnetki in glasba v ozadju, združijo v ustreznem programskem okolju, da se ustvari digitalna zgodba. Za to lahko uporabite programske opreme, kot so MS Photo Story 3, Movie Maker, iMovie ali spletna programska oprema za urejanje videoposnetkov, kot je Wevideo (Robin in McNeil, 2012). Zaporedje ustvarjanja storyboarda v teh programih je večinoma podobno. Slike se najprej prenesejo na zgodbeno tablo v programu. Če bo glasovni zapis narejen v programske opreme, se izvede po vrstnem redu prizorov v diagramu poteka. Če so glasovi narejeni zunaj, se v programske opremo prenesejo od zunaj po vrstnem redu prizora. Operacije, kot so dodajanje naslova digitalni zgodbi, dodajanje glasbe v ozadju, dodajanje učinkov slikam, prepisovanje, prilagajanje pisave in barve, se izvajajo v ustreznem vrstnem redu (Bilici, 2021).

12) Deljenje digitalne zgodbe

Zadnja faza digitalne zgodbe, ki je prenesena v predvajano video obliko, je njena delitev. V ta namen lahko uporabite Youtube, Google Drive, MS OneDrive, Dropbox ali druga okolja družbenih medijev (Robin, 2016). Poleg tega ga lahko delite tudi z vrstniki v šoli. Kot rezultat izmenjave je mogoče zagotoviti ustrezne povratne informacije in popravke digitalne zgodbe s samoocenjevanjem, medsebojnim ocenjevanjem in ocenjevanjem učitelja z orodjem, kot so rubrike (Robin in McNeil, 2012). Ugotovljeno je bilo, da izmenjava digitalnih zgodb na spletu ali v razredu učencem olajša medsebojno razumevanje (Jakes & Brennan, 2005).

h) Orodja za digitalno pripovedovanje zgodb

Postopek digitalnega pripovedovanja zgodb je postopen proces, ki zahteva skupno uporabo tehnološke strojne in programske opreme. Večina programov za ustvarjanje digitalnih zgodb je zasnovana tako, da zahtevajo zelo malo tehničnega znanja in infrastrukture, tako da lahko digitalne zgodbe ustvarja vsakdo (Wang in Zhan, 2010). Hitre tehnološke spremembe povečujejo tudi raznolikost programske opreme, ki se uporablja za ustvarjanje digitalnih zgodb. Alismail (2015) se osredotoča na orodja, kot so Multimedia Builder, Hyperstudio, Movie Maker ve iMovie. Poleg programske opreme za urejanje videa, slike in zvoka je potrebna tudi strojna oprema, kot so fotoaparat, skener, snemalnik zvoka in mikrofona (Bilici, 2021). Orodja, ki jih je mogoče uporabiti, se na splošno delijo v tri kategorije: programska oprema, nameščena na namiznih in prenosnih računalnikih, orodja, dostopna prek spleta, in aplikacije, dostopne z mobilnih naprav (Baki, 2015; Robin, 2016; Robin & McNeil, 2012). Ta najpogostejše uporabljena orodja so predstavljena v spodnji tabeli.

Tabela 4. Orodja za digitalno pripovedovanje zgodb

Mediji	Programska oprema
Računalniški programi	MS Photo Story 3, Windows Movie Maker, Adobe Premiere Elements, Ulead, MS PowerPoint, Imovie
Mobilne aplikacije	StoryKit, Storyrobe, iTalk, Fotobabble, iMovie for Ipad, Reel Director
Spletna orodja	Wevideo, Animoto, StoryBoardThat, Creaza, Prezi, VoiceThread, Meograph, StoryJumper, StoryBird, Toondoo, Slide.ly, Powtoon

Pri izbiri programske opreme, ki jo bo uporabljala šola, so učinkoviti plačljiva/ brezplačna programska oprema, ki jo zagotavlja šola, razredna raven študijske skupine in računalniško znanje študentov. Programska oprema MS Photo Story 3 na primer izstopa, ker je enostavna za uporabo in na voljo brezplačno. MS Photo Story 3 je posebej zasnovan za ustvarjanje zgodb iz nepremičnih digitalnih slik in ima preprost vmesnik, ki ga zlahka uporabljajo učenci vseh ravni. V tej programski opremi lahko učenci v nekaj preprostih korakih uvozijo in uredijo svoje fotografije eno za drugo, dodajo napise, posnamejo pripoved, dodajo glasbo v ozadje, določijo položaje za povečavo in pomikanje ter dodajo vizualne in prehodne učinke. Ko je digitalna zgodba končana, jo lahko shrani v formatu Windows Media Video (WMV) in jo predvaja s katerim koli programom, ki predvaja datoteke WMV, kot je Windows Media Player (Bilici, 2021).

i) Izobraževanje in digitalno pripovedovanje zgodb



Erasmus+

Digitalno pripovedovanje zgodb je lahko učinkovito izobraževalno orodje za učence vseh starosti in razredov, ki morajo ustvariti lastne zgodbe. Ta uporaba digitalnega pripovedovanja zgodb izkorišča ustvarjalne talente učencev, saj začnejo sami raziskovati in pripovedovati zgodbe, se naučijo uporabljati knjižnico in internet za raziskovanje bogatih in poglobljenih vsebin ter hkrati analizirati in sintetizirati različne informacije in mnenja (Robin, 2006). Uporaba metode digitalnega pripovedovanja zgodb za to generacijo omogoča učencem, ki že uporabljajo tehnologijo in računalnike, da postanejo ustvarjalni pripovedovalci zgodb (Boase, 2008; Robin, 2008), saj so že "digitalni domorodci" (Prensky, 2001).

1) Učitelji

Digitalno pripovedovanje zgodb se lahko v izobraževanju uporablja na številne načine. Ena od prvih odločitev, ki jih je treba sprejeti pri odločitvi o uporabi tega orodja v učnem načrtu, je, ali bo učitelj ustvaril digitalne zgodbe ali bodo to storili njegovi učenci. Nekateri učitelji se lahko odločijo, da bodo ustvarili lastne zgodbe in jih pokazali učencem kot način predstavitve nove snovi. Privlačna, multimedijsko bogata digitalna zgodba lahko služi kot napovedni sklop, ki pritegne pozornost učencev in poveča njihovo zanimanje za raziskovanje novih idej.

Učiteljeve digitalne zgodbe se lahko uporabljajo tudi za izboljšanje tekočega pouka v okviru večje enote, kot način za spodbujanje razprave o temah, ki so predstavljene v zgodbi, in kot način za lažje razumevanje abstraktnih ali konceptualnih vsebin. Čeprav mnogi učitelji še vedno nimajo celovitega načrta za vključevanje večpredstavnostnih vsebin v pouk, jih vse več išče načine, kako pritegniti učence z vključevanjem slik, zvočnih in video elementov v pouk. Raziskave so pokazale, da uporaba večpredstavnostnih sredstev pri pouku pomaga učencem pri ohranjanju novih informacij in razumevanju zahtevnega gradiva. Digitalno pripovedovanje zgodb pa je lahko za učitelje priročno orodje, ki ga lahko uporabljajo v svojih učilnicah. Robin (2016) ponuja smernice za učitelje, ki bi radi začeli poučevati digitalno pripovedovanje zgodb, in sicer postopek v 12 korakih.

Tabela 5. Smernice za digitalno pripovedovanje zgodb za učitelje (Robin, 2016)

Koraki	Predlogi
Korak 1 Izberite temo	Začnite z razmišljanjem o namenu zgodbe. Ali poskušate informirati, prepričati, provocirati, spraševati? Kdo je občinstvo?
Korak 2 Izvedite	Uporabite lahko spletne iskalnike, vendar ne pozabite, da je knjižnica lahko tudi uporabno raziskovalno orodje



raziskavo o temi	
Step 3 Napišite prvi osnutek	Ta bo služil kot zvočna pripoved vaše zgodbe. Preberite na glas, kar ste napisali. Prepričajte se, da je namen zgodbe jasno izražen in vključuje prepoznavno stališče
Nasvet 1 Naj bo vaš scenarij kratek in usmerjen	<i>Pišete scenarij za digitalno zgodbo, ki je običajno dolga le nekaj minut. Osredotočanje na določen problem ali temo vam bo pomagalo ustvariti boljšo digitalno zgodbo.</i>
Nasvet 2 Naj bo oseben	<i>Vaša digitalna zgodba je edinstvena. To je vaša zgodba in občinstvo jo bo želelo slišati z vaše perspektive. Morda boste morali celo razkriti osebne podrobnosti v zgodbi, da dosežete čustveno globino, čeprav se morate sami odločiti, katere podrobnosti želite deliti z drugimi.</i>
Nasvet 3 Razumljiv lok zgodbe	<i>Večina zgodb je sestavljena iz treh delov: začetka, sredine in konca. Začetek je tam, kjer postavite sceno in začnete zaplet. V sredini navedete več podrobnosti o temi ali problemu, ki ga poskušate razložiti. Zgodba bi se morala razvijati proti vrhuncu ali razrešitvi. Konec je tam, kjer so vprašanja rešena. Vas bo novo znanje naredilo močnejšega? Ali boste zdaj lahko dosegli večje stvari? Kaj se zgodi naslednje v vašem življenju? Odgovori na ta vprašanja bodo razkrili nov vpogled. Zaključek vaše zgodbe naj se poveže z začetkom in oblikuje tematski lok.</i>
Korak 4 Prejmite povratne informacije	Delite svoj scenarij z drugimi in jih prosite, naj vam dajo povratne informacije o tem, kaj bi po njihovem mnenju lahko vašo zgodbo naredilo jasnejšo ali uporabnejšo
Korak 5 Popravite skripto	Uporabite povratne informacije, ki ste jih prejeli, da izboljšate naslednjo različico svojega scenarija. Pisanje scenarija je ponavljajoč se proces in zahteva več poskusov, da dosežete dobre rezultate.
Korak 6 Poiščite, ustvarite in dodajte sliko	Uporabite spletno iskalno orodje posebej za slike, kot je Google Image Search . Iščete lahko fotografije, risbe, izrezke, zemljevide, grafikone in drugo. Ne pozabite, da lahko uporabite fotografije, ki jih posnamete z digitalnim fotoaparatom.
Korak 7 Spoštujte avtorske pravice	Poiščite gradivo, ki je v javni lasti ali ima licenco Creative Commons.
Korak 8	Storyboard je pisni ali grafični pregled vseh elementov, ki jih nameravate



Erasmus+

Ustvarite Storyboard	vključiti v digitalno zgodbo. Služi kot načrt ali napreden organizator, ko nameravate zgraditi svojo digitalno zgodbo. Storyboard vam lahko pomaga vizualizirati svojo zgodbo, preden je ustvarjena, ko je lažje narediti spremembe ali dodati novo vsebino.
Korak 9 Posnemite glasovno sporočilo	Poskusite uporabiti visokokakovosten mikrofona ali aplikacijo za snemanje glasu na pametnem telefonu.
Korak 10 Dodajte glasbo v ozadje (neobvezno)	Glasba, ki ustreza temi zgodbe, lahko bogato dopolni glasovno pripoved. Na spletu je veliko odličnih spletnih mest, kot je Jamendo.com , ki brezplačno ponujajo glasbo brez avtorskih pravic.
Korak 11 Zgradite digitalno zgodbo	Izberite programsko orodje, s katerim boste ustvarili svojo digitalno zgodbo
Korak 12 Objavite digitalno zgodbo	Delite svojo digitalno zgodbo v spletu na platformah, kot so YouTube , Google Drive , Microsoft OneDrive , Dropbox , etc.



2) Učenci

Digitalno pripovedovanje zgodb je lahko tudi močno orodje za učence, ki se učijo ustvarjati lastne zgodbe. Po ogledu primerov digitalnih zgodb, ki so jih ustvarili njihovi učitelji ali drugi razvijalci zgodb, lahko učenci dobijo naloge, v katerih jih najprej prosimo, da raziščejo temo in nato izberejo določeno stališče. Ta vrsta dejavnosti lahko ustvari zanimanje, pozornost in motivacijo za učence »digitalne generacije« v današnjih učilnicah. Proces lahko izkoristi ustvarjalne talente učencev, ko začnejo raziskovati in pripovedovati lastne zgodbe, ko se učijo uporabljati knjižnico in internet za raziskovanje bogate, globoke vsebine, medtem ko analizirajo in sintetizirajo širok nabor vsebin. Poleg tega lahko učenci, ki sodelujejo pri ustvarjanju digitalnih zgodb, razvijejo izboljšane komunikacijskih veščin, tako da se naučijo organizirati svoje ideje, postavljati vprašanja, izražati mnenja in sestavljati pripovedi. Prav tako lahko pomaga študentom, ko se naučijo ustvarjati zgodbe za občinstvo ter predstaviti svoje ideje in znanje na individualen in smiseln način.

Poleg tega imajo dijaki, ko so digitalne zgodbe objavljene na spletu, priložnost, da svoje delo delijo s svojimi vrstniki in pridobijo dragocene izkušnje pri kritiziranju lastnega dela in dela drugih učencev, kar lahko spodbuja pridobitev čustvene inteligence in socialnega učenja. Digitalno pripovedovanje zgodb je privlačno za učence z različnimi učnimi stili in lahko spodbuja sodelovanje, ko dijaki delajo v skupinah, ter zagotavlja vrednost pri izboljšanju študijske izkušnje z osebnim lastništvom in dosežki. (University of Houston, 2022).

Izobraževanje v zgodnjem otroštvu

Mladi so danes vse bolj tehnološko podkovani in se vse bolj ukvarjajo z dejavnostmi, ki se odvijajo na računalniškem zaslonu. Tudi zelo mladi učenci se odzivajo in so motivirani z ustvarjanjem računalniško podprtih materialov, kot so digitalne zgodbe (Robin, 2016). Za dobre primere uporabe digitalnega pripovedovanja zgodb z mlajšimi učenci; lahko pregledate študije Shelby-Caffey, Úbédá in Jenkins (2014) in Foley (2013). Obe raziskavi dokazujeta, da so se učenci, ki so sodelovali v dejavnosti digitalnega pripovedovanja zgodb, bolje obnašali pri pouku, imeli večjo samozavest in pokazali večje zanimanje za predmete, ki so se jih učili.

Srednje in višje izobraževanje

Za starejše učence je digitalno pripovedovanje zgodb še posebej primerno za konstruktivistično poučevanje kjer lahko ti učenci zgradijo svoj pomen skozi večplastne izkušnje z izbiro teme ali zgodbe, izvajanjem raziskave na temo, pisanjem scenarija, zbiranjem slike, snemanje zvočne pripovedi in uporabo računalniških orodij za izdelavo končne zgodbe. Rezultat je multimedijski artefakt, ki bogato ponazarja ne le tisto, kar je učenec raziskal in oživel, temveč tudi tisto, kar se je naučil iz izkušenj (Robin, 2016). Digitalno pripovedovanje zgodb krepi učence na različne načine, intelektualno, kulturno in ustvarjalno (Benmayor, 2008). Nauči jih ovrednotiti realnost, ki jih obdaja, in ustvariti lastno interpretacijo le-te (Gregori-Signs, 2014). Prav tako se izboljša

samozavest učencev in njihove socialne in psihološke veščine (Berk, 2009) ter združevanje znanja o vsebinskih področjih z družbeno zavestjo (Fletcher in Cambre, 2009). Tudi v srednješolskem in višješolskem izobraževanju se digitalne zgodbe, ki jih ustvarijo učitelji, lahko uporabijo za izboljšanje trenutnega pouka znotraj večje enote, kot način za olajšanje razprave o temah, predstavljenih v zgodbi, in kot način za izdelavo abstraktne ali konceptualne vsebine. bolj razumljivo (Robin, 2008). Spodnja slika prikazuje konvergenco digitalnega pripovedovanja zgodb v izobraževanju..



Slika 3. Konvergenca digitalnega pripovedovanja zgodb v izobraževanju.

Robin (2008) ponuja vpogled v to, kakšne sposobnosti pri izobraževanju študentov krepí uporaba digitalnega pripovedovanja zgodb.

- Digitalna pismenost – zmožnost komuniciranja z vedno širšo skupnostjo za razpravo o vprašanjih, zbiranje informacij in iskanje pomoči
- Globalna pismenost – sposobnost branja, interpretacije, odzivanja in kontekstualizacije sporočil z globalne perspektive
- Tehnološka pismenost – zmožnost uporabe računalnikov in druge tehnologije za izboljšanje učenja, produktivnosti in uspešnosti



Erasmus+

- Vizualna pismenost – sposobnost razumevanja, ustvarjanja in komuniciranja prek vizualnih podob
- Informacijska pismenost – sposobnost iskanja, vrednotenja in sintetiziranja informacij

j) Digitalno pripovedovanje zgodb v izobraževanju odraslih

Prejšnje raziskave o digitalnem pripovedovanju zgodb so se osredotočale predvsem na otroke in mladino. Le malo vemo o tem, kako se uporablja v izobraževanju odraslih (Prins, 2016). Rossiter in Garcia (2010) navajata, da se konceptualni okvir začne pojavljati na sotočju ključnih konceptov iz učenja odraslih, učenja pripovedi in digitalnega pripovedovanja zgodb. Verjamejo, da je tako kot pripovedno učenje ena perspektiva v izobraževanju odraslih, tudi digitalno pripovedovanje ena metoda v okviru pripovednega izobraževanja, ki vključuje izobraževalno tehnologijo. V skladu s tem so življenjska izkušnja, pripoved in glas ključni elementi tako v izobraževanju odraslih kot pri digitalnem pripovedovanju zgodb. Namerna in ustrezna uporaba obrnjenega učenja, digitalnega pripovedovanja zgodb in blockchaine, odvisno od zastavljenih operativnih ciljev, daje možnost spreminjanja dinamike učnega procesa na podlagi preverjenih principov izobraževanja odraslih. (Tomzcyk et al., 2016).

Prins (2017) osvetljuje potencial in uporabo digitalnega pripovedovanja zgodb v programih osnovnega izobraževanja in opismenjevanja odraslih (ABEL), kot so razredi GED® (Splošni razvoj izobraževanja), ESL (angleščina kot drugi jezik), pismenost odraslih in družinska pismenost, medtem ko se večinoma ukvarja z otroki in mladostniki. V izobraževanju odraslih je digitalno pripovedovanje zgodb povezano s Freirejevim (in Boalovim) izobraževanjem o postavljanju problemov, ki je uporabljalo risbe in fotografije za olajšanje družbenopolitične analize in učenja pismenosti. Prins (2017) pojasnjuje, zakaj je digitalno pripovedovanje zgodb zelo primerno za učence ABEL; je dostopno, aktivira več oblik znanja, ponuja nove poti za razvoj glasu in družbenega delovanja ter spodbuja medgeneracijsko učenje in interakcijo.

Znano je, da se digitalno pripovedovanje zaradi svojega potenciala za refleksivno, aktivno, osvobajajoče in prijetno učenje uporablja v razredu s številnimi inovativnimi vidiki, tako kot učno orodje kot orodje za poučevanje (Wang & Zhan, 2010). Med ustvarjanjem lastnih digitalnih zgodb se študentje srečajo z integrirano poučno dejavnostjo, ki od njih zahteva uporabo vrste kognitivnih, medosebnih, organizacijskih in tehničnih veščin (Dreon et al., 2011). Poudarjeno je, da lahko konstruktivistične učne naloge, ki jih vključuje, izboljšajo širok spekter učnih rezultatov, od razvoja tradicionalnih in novih veščin pismenosti do čustvenih koristi (Kearney, 2009). Navedeno je bilo, da so različne veščine v tabeli 4. pokazale izboljšanje pri študentih, ki so sodelovali v procesu digitalnega pripovedovanja zgodb. (Robin, 2006).



Tabela 6. Spretnosti, izboljšane s postopkom digitalnega pripovedovanja zgodb

Spretnost	Postopek
Raziskovalne spretnosti	Iskanje in analiziranje pomembnih informacij za zgodbo
Veščine pisanja	Izgradnja perspektive in razvoj scenarija
Organizacijske sposobnosti	Upravljanje obsega projekta, uporabljenih materialov in časa, potrebnega za dokončanje naloge
Tehnološke spretnosti	Učenje uporabe različnih orodij, kot so digitalni fotoaparati, skenerji, mikrofoni in programska oprema za izboljšanje večpredstavnosti
Predstavitvene spretnosti	Odločitev, kako najbolje predstaviti zgodbo občinstvu
Veščine intervjuja	Iskanje virov za intervju in določanje vprašanj, ki jih je treba zastaviti
Medosebne spretnosti	Delo znotraj skupine in določanje individualnih poti za člane skupine
Spretnosti reševanja problemov	Učenje sprejemanja odločitev in premagovanja ovir v vseh fazah projekta od začetka do konca
Spretnosti ocenjevanja	znati kritizirati svoje in delo drugih

Clark in Rositer (2008) navajata, da se izkušnje učencev odražajo v njihovem ustvarjanju, ko so učenci ustvarjalci svoje stvaritve. Učimo se skozi ustvarjanje naših zgodb. Na ta način lahko »osmislimo svojo izkušnjo«. To je zato, ker ustvarjanje digitalnega pripovedovanja zgodb temelji na obstoju ustreznega učnega okolja. Pedagoški pristop digitalnega pripovedovanja zgodb ima tudi elemente bihevizma, saj vedenjski vzorci temeljijo na motivaciji za učenje in obstoju ustreznega učnega okolja. Poleg tega so modeli »Discovery Learning«, ki predstavljajo pomen učenja skozi dejanja za preureditev in transformacijo učnega objekta, povezani z ustvarjanjem digitalnega pripovedovanja zgodb (Bruner, 1961). Tako je digitalno pripovedovanje zgodb odlično učno orodje, ki povečuje učno motivacijo in izboljšuje sodelovanje. Študenti lahko razvijajo svojo ustvarjalnost z gradnjo digitalnih zgodb (Ohler, 2008). Poleg tega je digitalno pripovedovanje zgodb ustrezen pedagoški pristop za sprožitev razvoja dodatnih veščin, kot so raziskovalne veščine, skozi proces zbiranja in analize informacij, veščine pisanja s pomočjo izdelave scenarija, organizacijske sposobnosti zaradi potrebe po vodenju projektov. Izboljšati je mogoče tudi sposobnosti reševanja problemov, predstavitve in ocenjevanja (Robin, 2011). Nenazadnje ustvarjalci digitalnih zgodb razvijajo tehnološke veščine z uporabo ustreznih orodij. Skratka, medtem ko ljudje ustvarjajo zgodbe, lahko gradijo novo znanje z interakcijo med njimi in učnim predmetom. Vse zgoraj naštetu podpira našo hipotezo, da je konstrukcija digitalnih zgodb lahko izboljševalni učni dejavnik v izobraževanju odraslih (Knowles, 1980).

k) Raziskave o digitalnem pripovedovanju zgodb in izobraževanju odraslih

Kallinikou in Nicolaidou (2019) sta preučevala razmerje med vključenostjo odraslih v digitalno pripovedovanje zgodb (ki ga povezuje interaktivno učno okolje) ter njihovimi govornimi veščinami in motivacijo pri učenju tujega jezika. Študija je bila z dvema skupinama 20 Rusov, ki so bili začetniki pri učenju grščine kot tujega jezika ($n = 40$), ena skupina je bila kontrolna, druga pa poskusna. Analiza rezultatov je pokazala statistično značilen porast motivacije le eksperimentalne skupine. Ugotovitve kažejo, da digitalno pripovedovanje zgodb, ki ga povezuje interaktivno učno okolje, podpira razvoj govornih veščin odraslih v tujem jeziku in povečuje njihovo motivacijo.

Študija Karanasiouja in drugih (2021) je poskus preučitve vpliva metode v izobraževanju odraslih, pod pogojem, da so učenci ustvarjalci digitalnih zgodb. Poleg tega je trenutna raziskava poskus preučiti odnos med delovnim spominom učencev in vplivom digitalnega pripovedovanja zgodb na njihovo učno uspešnost. Raziskava je bila izvedena v javnem zavodu za poklicno izobraževanje. Ugotovitve so pokazale, da je digitalno pripovedovanje zgodb učinkovito učno orodje v izobraževanju odraslih, ki lahko izboljša uspešnost učencev. Poleg tega ugotovitve kažejo, da je metoda učinkovitejša pri učencih, ki imajo višje stopnje delovnega spomina kot drugi..

Prinsov (2016) članek analizira razred digitalnega pripovedovanja zgodb na podeželju Irske, ki je bil organiziran s programom družinskega opismenjevanja in ponujen za starše v osnovni šoli. Viri podatkov so vključevali zapiske s terena, intervjuje in digitalne zgodbe staršev, ki so končali razred ($n = 3$). Janksov model soodvisnosti kritične pismenosti se uporablja za analizo, kako je razred vključeval moč, dostop, raznolikost in oblikovanje. Razred se ni ukvarjal z ideološko kritiko ali analiziral izvora ali posledic prevladujočih tehnologij, jezikov in pismenosti (tj. preiskoval moč kot dominacijo). Vendar pa je razred omogočil dostop do tehnološkega znanja in veščin; potrjeval različno znanje, jezike, življenjske izkušnje in identitete staršev; in opremljanje udeležencev za oblikovanje in širjenje svojih digitalnih zgodb. Študija poudarja možnosti uporabe multimodalne sestave v družinskem učenju in izobraževanju odraslih..

Hewson in drugi (2015) so študentom socialnega dela ponudili petdnevni tečaj digitalnega pripovedovanja zgodb, ki je vključeval tridnevno delavnico s starejšimi odraslimi pripovedovalci zgodb, ki so delili zgodbe, povezane s tematskimi zgodbami doma. Izvedena je bila evalvacija tečaja, ki je raziskovala izkušnje digitalnega pripovedovanja zgodb in učenje v medgeneracijskem okolju. Ugotovitve iz anket, ki so bile na koncu tečaja razdeljene študentom in pripovedovalcem zgodb, so pokazale, da se je izboljšalo znanje in zanimanje študentov za digitalno pripovedovanje zgodb in njegovo uporabo. Ta inovativni tečaj je izboljšal učne izkušnje študentov in si zaslužil upoštevanje vključitve priložnosti za medgeneracijsko učenje in digitalnega pripovedovanja zgodb v prihodnje socialne storitve in tečaje, povezane s staranjem, da bi študente bolje pripravili na gerontološko prakso..

Naslednja raziskava spada na področje medicine (Wieland et al., 2017); je pa precej zanimivo, saj je bila uporabljena tehnika digitalnega pripovedovanja. Namen tega pilotnega projekta



Erasmus+

izvedljivosti je bil preučiti potencialno učinkovitost intervencije digitalnega pripovedovanja zgodb, oblikovane s pristopom participativne raziskave, ki temelji na skupnosti (community-based participatory research- CBPR) za priseljence in begunce s sladkorno boleznijo tipa 2 (T2DM). Intervencija je bila 12-minutni kulturno in jezikovno prilagojen video, sestavljen iz uvoda, 4 zgodb in zaključnega izobraževalnega sporočila. Za oceno sprejemljivosti, stopnje zanimanja in uporabnosti intervencije je bil uporabljen strukturiran intervju med 25 udeleženci s T2DM (15 Latinoameričanov, 10 Somalcev) na 5 kliničnih mestih primarne zdravstvene oskrbe. Po ogledu videa so udeleženci ocenili svojo samozavest in motivacijo za obvladovanje T2DM kot rezultat intervencije. Izhodiščne vrednosti A1C in spremljajoče vrednosti (do 6 mesecev) so bile povzete iz zdravstvene dokumentacije. Vsi udeleženci so poročali, da je intervencija pritegnila njihovo pozornost, da je bila zanimiva in koristna; 96 % jih je poročalo, da so bili bolj samozavestni pri upravljanju svojega T2DM kot pred ogledom videoposnetka, 92 % pa jih je poročalo, da jih je video motiviral, da spremenijo specifično vedenje, povezano s samoupravljanjem T2DM. Izvedba intervencije digitalnega pripovedovanja zgodb za T2DM med priseljensko populacijo v okoljih primarne zdravstvene oskrbe je izvedljiva in je privedla do samoocene izboljšanja psihosocialnih konstruktov, ki so povezani z zdravim vedenjem pri T2DM pri samoobvladovanju, in bilo je nekaj dokazov o izboljšanju nadzora glikemije. Obsežno preskušanje učinkovitosti intervencije je upravičeno.

Raziskava magistrske naloge Şahin-Konaşa (2021) je bila namenjena odkrivanju kompetenc digitalnega starševstva in dvigu ozaveščenosti s preučevanjem učinkov dejavnosti digitalnih zgodb na digitalno starševstvo na odnos staršev do digitalnega starševstva. Študijsko skupino raziskave sestavlja 40 staršev, ki živijo v mestu v Zahodnem Črnem morju in imajo različne sociodemografske značilnosti in katerih otroci se izobražujejo v osnovni in srednji šoli v Znanstveno-umetniškem centru. Digitalni starševski odnos staršev v eksperimentalni skupini se je po procesu z aktivnostmi digitalne zgodbe povečal. Glede na rezultate te raziskave oblikovne učne dejavnosti, kot je razvoj zgodb, prispevajo k razvoju digitalne starševske zavesti staršev.





Erasmus+

Literatura

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

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

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

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

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

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

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

Bilici, S. (2021). *The effect of 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.





Erasmus+

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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).





Erasmus+

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





Erasmus+

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Erasmus+

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

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

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

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

Yılmaz, R. & 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+

Poglavje 4:

Več tehničnih podrobnosti o materialih za digitalno pripovedovanje zgodb

Za izboljšanje vaše digitalne zgodbe so pomembne vaše tehnične izbire. V tem četrtem poglavju bomo razpravljali o teh tehničnih podrobnostih za slike, zvok in video za uporabo v digitalni zgodbi:

1. Kako izboljšati fotografske veščine?
2. Programi za urejanje fotografij
3. Kako narediti posnetek zaslona
4. Programi za urejanje videoposnetkov
5. Dodajanje zvoka videoposnetkom



Kako izboljšati fotografske veščine?

Fotografije so veliko več kot preprosta mirujoča slika. Ujamejo posebne ali vsakdanje dogodke in občutke ter vas nanje spomnijo vsakič, ko jih pogledate. Prelistajte stari album s fotografijami in takoj se boste popeljali nazaj na čudovite počitnice, prijetne dni s prijatelji in družino ter druge posebne trenutke, ki ste jih morda pozabili. Fotografiranje ne traja dolgo, nato pa lahko v njem uživate še leta. Med sprehodom na prostem ali kolesarjenjem naredite nekaj fotografij, da za vedno ujamete lepoto narave..

Kot digitalni pripovedovalec zgodb je fotoaparater seveda vaš najboljši prijatelj. Poleg ustvarjanja gibljivih slik lahko uporabite tudi fotografije, ki jih posnamete sami. To podpoglavje vam bo pomagalo na poti, da postanete še boljši fotograf z nekaj preprostimi nasveti in triki..

a) Kako narediti fotografijo s pametnim telefonom, korak za korakom

1) Očistite lečo

Preden začnete uporabljati mobilni telefon, obrišite vso umazanijo in prstne odtise z leče. Brez prahu na objektivu fotoaparata boste posneli veliko ostrejših slik. Prvi korak v pravo smer.

2) Tapnite zaslon, da izostrite sliko

Kamera vašega telefona se običajno osredotoči na najbližji predmet, včasih pa se boste morda želeli osredotočiti na drugo točko. Tapnite zaslon, kamor želite izostriti, in slika se samodejno prilagodi.

3) Ne povečujte z digitalnim zoomom

Večina telefonov ima digitalni zoom, vendar je najbolje, da ga ne uporabljate za povečavo. Sliko samo povečajte, namesto da bi dejansko povečali motiv. Zaradi tega je fotografija zrnata in veliko grša. Odločite se, da se sami približate motivu, namesto da ga povečate.

4) Telefon naj bo vzravn

Poskrbite, da bo obzorje na vaši fotografiji vedno ravno. Ukrivljena fotografija ima lahko včasih lep učinek, vendar to storite le za fotografije, ki nimajo obzorja. V nasprotnem primeru bo fotografija preveč nemirna.

5) Poskrbite za dobro osvetlitev

Svetloba je zelo pomembna, če želite posneti dobre slike. V temi je skoraj nemogoče narediti odlične fotografije z mobilnim telefonom in v sivih zimskih dneh prav tako. Zato izkoristite sončne, svetle dni. Najboljše, kakovostne fotografije lahko posnamete, ko je sonce šele vzšlo



Erasmus+

zjutraj ali tik pred sončnim zahodom. Če fotografirate v zaprtih prostorih, je pomembno, da fotografirate s svetlobo v hrbtu. Tako boste dobili najboljši učinek. Če ste zunaj, je včasih lahko lepo fotografirati ob pogledu na sonce. Potrebno je veliko eksperimentacije.

6) Spoznajte vse funkcije svojega fotoaparata

Nekateri telefoni imajo posebne funkcije pri fotoaparatih, primer omogočajo prilagajanje beline kamere. Raziščite vse funkcije svojega fotoaparata tako, da poiščete informacije na spletu, preberete priročnik ali preprosto poskusite nekatere. Ko poznate vse funkcije, je veliko lažje doseči odlične rezultate..

7) Izklopite bliskavico

Če želite posneti lepo sliko, je bolje, da izklopite bliskavico fotoaparata. Fotografije v temi ne izgledajo svetle, tudi če uporabljate bliskavico. Raje fotografirajte v svetlem okolju podnevi brez bliskavice.

8) Uporabite aplikacijo za urejanje fotografij

(VSCO cam, instagram, afterlight)

Eksperimentirajte z različnimi aplikacijami za urejanje fotografij. Brezplačne aplikacije, kot so VSCO cam, Instagram in Afterlight, so kot nalašč za začetno spoznavanje. Preizkusite različne učinke in naredite svoje fotografije še lepše, kot so bile.

9) Telefon držite mirno

Zdi se tako preprosto, a marsikatero fotografijo uniči tresenje. Med fotografiranjem poskušajte držati telefon čim bolj pri miru. Telefon držite z dvema rokama in držite roke ob telesu. Tako lahko držite telefon mirno.

10) Vaja dela mojstra

Najpomembnejši nasvet je, da še naprej vadite. Navsezadnje je to način, kako postati dober v nečem. Fotografirajte na sprehodih in kolesarjenjih, posnemite vse v svoji hiši, fotografirajte svojo družino in prijatelje itd.

b) Kompozicije na vaši fotografiji

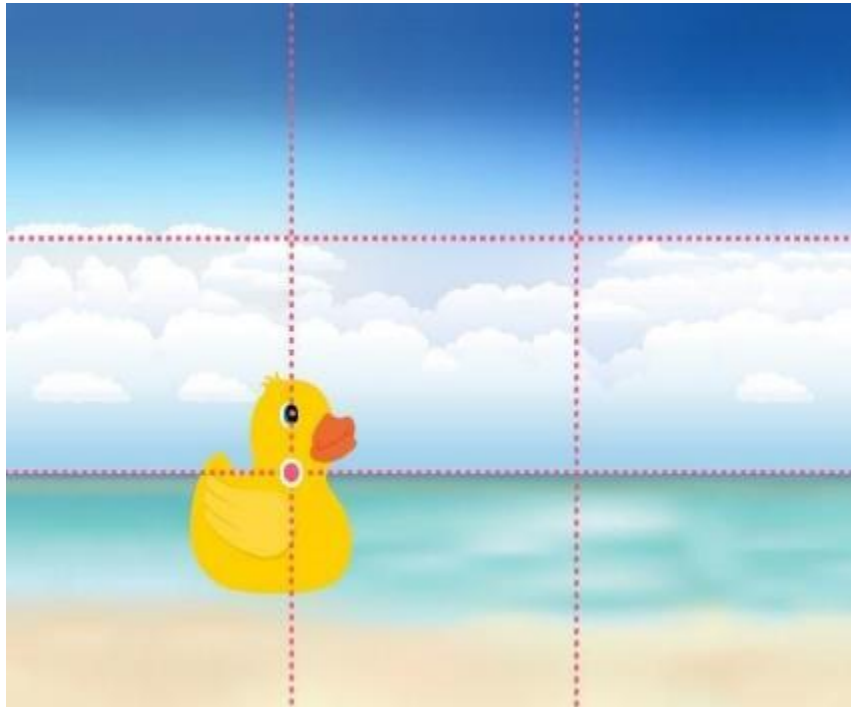
Dobra kompozicija ne sme biti težavna. Za večino fotografij je kompozicija veliko pomembnejša od tehnike fotografiranja. Ne glede na nastavitve, ki jo uporabite (po potrebi pustite kamero vklopljeno samodejno), bo prava kompozicija naredila vašo fotografijo bolj zanimivo.

Kompozicija fotografije je način, kako izberete sliko. Sliši se bolj zapleteno, kot je. Samo pogledjte skozi iskalo fotoaparata (ali na zaslon) in se prepričajte, da je to, kar vidite, prijetno za oko. To lahko storite tako, da ste pozorni na preproste stvari.

Na primer, **ne postavljajte motiva na sredino kadra. Bodite pozorni na ozadje**; poskrbite, da iz vašega predmeta ne štrlijo drevesa, ljudje ali drugi moteči elementi.

Drug koristen nasvet je, da **ohranite isto višino kot vaš motiv**. To je pomembno pravilo, če fotografirate otroke ali hišne ljubljence. Lezite na tla in vaša fotografija bo veliko boljša.

Pravilo tretjin je tudi koristno izhodišče za uspešno kompozicijo. Razdelite sliko vodoravno in navpično na tri področja (dve ravni črti). Ko ustvarjate svojo kompozicijo, se prepričajte, da vaš motiv pristane na presečišču teh črt.



Pomembno je vedeti, da lahko kompozicijo fotografije pogosto močno izboljšate tako, da fotoaparat premaknete le za nekaj centimetrov. Torej poskusite to; premaknite se malo naprej in nazaj in pogledjte, kako vaše gibanje vpliva na ozadje.⁵

Vendar ne pozabite: pravila so zato, da jih kršimo. Vedno lahko odstopate od pravil, to lahko pogosto povzroči posebne fotografije! Eksperimentirajte!!

Vidik

Vidik vaše fotografije je nekaj, o čemer ne razmišljate vedno, vendar ima velik vpliv na končni rezultat. Pogosto nas mika, da bi fotografirali stoje, a na koncu dobite enake fotografije. Kako se lahko temu izognete? Preprosto vam bomo razložili, kakšen učinek ima lahko spreminjanje vašega položaja na vaše fotografije.

⁵ https://www.photofacts.nl/fotografie/rubriek/tips_en_truiks/10_tips_voor_beginnende_fotografen.asp

c) Kaj točno pomenita vidik in perspektiva??

Vidik vaše fotografije preprosto pomeni 'kraj, s katerega je bila fotografija posneta'. Torej gre za fizični položaj, iz katerega je bila fotografija posneta. Izbran vidik na fotografijo lahko veliko pove o vas kot fotografu. Odraža, kako vidite določeno situacijo in kako želite to odražati v svojih slikah. Ne zamenjajte izraza "vidik" z izrazom "perspektiva". S perspektivo mislimo na stopnjo globine fotografije, ki poudarja določene vizualne elemente. Izbrana perspektiva vodi gledalce skozi sliko proti glavni temi. Izrazi se med seboj ne razlikujejo veliko in so pravzaprav podaljšek drug drugega. Oba izraza odražata, kako vi kot fotograf gledate na svet in kako se želite razlikovati na svojih fotografijah. Pogled na vaši fotografiji je glavni dejavnik vzdušja na vaših slikah. Različen pogled na isto temo lahko ustvari popolnoma drugačno vzdušje.



Fotografija: MaxterBurg.

Žabja perspektiva ali ptičji perspektiva

Dve perspektivi, ki se pogosto uporabljata v fotografiji, sta žabja perspektiva in ptičja perspektiva. Te perspektive lahko vidite kot nasprotne/drugačne, ker dejansko ustvarjajo nasprotne podobe.

Ko nekaj fotografiramo od spodaj, temu rečemo žabja perspektiva, saj s tega vidika vidiš svet tako rekoč z žabjega zornega kota. Če fotografirate nekaj od spodaj, lahko naredite sliko močnejšo, večjo in bolj impresivno. Ko fotografirate z žabjega zornega kota, je, kot da gledate navzgor v svoj motiv. Obzorje na vaši fotografiji bo s tega zornega kota ali v skrajnem primeru celo pod vašo fotografijo, tako da obzorja ni videti. To perspektivo boste pogosto našli v

krajinski in arhitekturni fotografiji. Pri krajinski fotografiji se zelo dobro obnese, ko želite povečati majhen motiv v ospredju. Dobro deluje tudi z arhitekturno fotografijo, ko želite, da so zgradbe videti še večje in bolj impresivne. Bližje ko stojite predmetu in nižje kot je zorišče, bolj ekstremen postane učinek perspektive.



Fotografija: ronab.



Fotografija: renewolf.

Ta perspektiva ni uporabna samo za krajinsko in arhitekturno fotografijo, ampak ima lahko tudi velik učinek na portrete ali fotografije živali. Ko pogledate fotografije velikih voditeljev v preteklosti, so bile pogosto prikazane z nizkega vidika. To je zato, ker ima nizko stališče učinek avtoritete, prevlade in vodenja. Pri živalih ima ta perspektiva še posebej smešen učinek, saj je gobec vaše živali na sliki pogosto velik, zaradi česar se zdi, kot da vaša žival prihaja iz slike.

Nasprotje žabje perspektive je ptičja perspektiva. Imenuje se ptičja perspektiva, ker vidiš svet s stališča ptice na nebu. Kot fotograf zdaj na svojo temo gledate zviška. Če želite na fotografiji prenesti jasnost, prostornost in občutek svobode, je ta perspektiva ustrezna izbira.



Fotografija: mycreativity.

Kot fotograf zdaj na svojo temo gledate zviška. Če želite na fotografiji prenesti jasnost, prostornost in občutek svobode, je ta perspektiva ustrezna izbira. Pogled iz ptičje perspektive ima na fotografijah odtujen, a lep učinek. Na svet ne vidimo pogosto s tega zornega kota, zato lahko ustvari nekaj izjemnih podob. S to visoko izhodiščno točko bo vaše obzorje na vrhu vaše fotografije ali, v skrajnem primeru, popolnoma nad njo. Vaši subjekti se bodo s tem zornim kotom zdeli manjši, kot so v resnici, za razliko od žabje perspektive, zaradi katere se vse zdi večje. O pogledu iz ptičje perspektive pogosto razmišljajo, da je treba fotografijo vedno posneti z visokega položaja. Vendar temu ni tako. Enak učinek dobite, če stojite vzravnano in fotografirate na primer majhne rože ob nogah. Če je motiv takšne velikosti, da ga lahko fotografirate od zgoraj, ko le stoji na tleh, potem je tudi to zajeto s ptičje perspektive. Ta perspektiva se pogosto uporablja v krajinski in reportažni fotografiji..

Želite izboljšati pogled iz ptičje perspektive? Poskusite usmeriti fotoaparatus pravokotno navzdol. To naredite na primer iz balona na vroč zrak, z mostu ali z visokega balkona. To ustvarja ravno in neresnično podobo sveta. Fotoaparatus lahko postavite tudi na stojalo in uporabite daljinski upravljalnik. To vam omogoča, da fotoaparatus nagnete pravokotno in vam ni treba viseti daleč od roba. Prav tako je priročno, če želite snemati čez množico ali ograjo. Želite povečati pravokotni učinek? Svojim fotografijam dodajte sence ali osnovne oblike, kot so krogi, kvadrati ali trikotniki. Če želite uporabiti pogled iz ptičje perspektive na manj ekstremen način, se postavite na visok vrh sipin ali hrib ali se povzpnete na drevo, da ustvarite bolj prostorski učinek na svojih fotografijah.



Fotografija: Pdreuning

Perspektiva v višini oči

Ko ste na isti višini kot motiv, ki ga fotografirate, snemate v višini oči. Ta perspektiva je med žabjo in ptičjo perspektivo. Če želite, da vam uspe, se morate prepričati, da so vsi subjekti nad nivojem oči nad obzorjem in vse pod nivojem oči pod obzorjem. Videli boste, da je obzorje na teh fotografijah precej osrednje. Ta perspektiva je najpogostejše vidna pri krajinski fotografiji, lahko pa je tudi zelo lepa pri portretih in fotografijah živali. Ta pogled daje vpleten, topel in intimen učinek, zaradi česar se zdi, kot da se resnično povezujete s subjektom na fotografiji. Vaše portretne fotografije ljudi ali hišnih ljubljencev so lahko razočarane, če uporabljate previsok ali prenizek zorni kot. Poskusite fotografirati iz višine oči. Takoj boste videli pozitivne spremembe v rezultatih.



Fotografija: patrickbrinksma.

Izbira opreme

Poleg različnih zornih kotov lahko tudi vaša izbira opreme poveča učinek perspektive. Na primer, zavestno se odločite za objektiv, ki ga uporabljate. 50 mm 'standardna leča' se dokaj dobro približa vidnemu polju človeškega očesa. Tiskovni fotografi pogosto uporabljajo te objektiv, saj pri gledalcih vzpodbudijo večje zanimanje za novice. Širokokotna leča pa razširi vidno polje. Poveča prostor in obsežnost vaših slik, vaš motiv pa je na vaši fotografiji popačen ali zmanjšan. V tem videu lahko vidite jasno razliko med širokokotnim objektivom in "običajnim" komplet objektivom. Uporaba telefoto objektiv pomeni povečavo realnosti. S telefoto objektivom zožite realnost in se osredotočite na določen element v veliki sliki. To vam omogoča, da na fotografiji poudarite določen predmet in ga naredite bolj vidnega. Vaša izbira objektiv lahko zato še bolj izboljša perspektivo žabe ali ptice. Želite več pregleda in prostora na svojih fotografijah? Uporabite širokokotni objektiv. Želite ustvariti intimno podobo? Nato uporabite kratek teleobjektiv, da se približate motivu.



Fotografija: EdwinMooijaart.

Seveda ni pravil za uporabo določenih položajev ali opreme. Eksperimentirajte s tem, kar vam najbolj ustreza, in si drznite delati z različnimi pogledi. Preizkusite torej učinek portreta, posnetega s širokokotnim objektivom, in kako je obsežna pokrajina videti skozi teleobjektiv. Različni vidiki na vaše fotografije lahko ustvarijo presenetljive slike, zaradi katerih izstopate na fotografiji. Zato se ne bojte poskusiti nekaj novega, le izboljšalo vas bo!

Programi za urejanje fotografij

Ali je neka fotografija dobra, se izkaže šele pri postopku urejanja. Pogosto je še veliko prostora za izboljšanje fotografije, čeprav se na prvi pogled morda zdi popolna. Pomislite na primer na osvetlitev, rdeče oči, neželene podrobnosti itd. Urejanje fotografije v čudovit končni izdelek je samo po sebi talent, ki ga velikokrat ljudje preskočijo.

Z uporabo brezplačnega programa za urejanje fotografij je urejanje lahko mala malica in v kratkem času lahko svojo fotografijo dvignemo na višjo raven. Ne glede na to, ali ste začetnik ali napreden fotograf, urejanje vaše fotografije na spletu še nikoli ni bilo lažje. Preden se boste zavedali, boste postali profesionalc in zgradili svoje spletno mesto za fotografije. Tukaj je 5 primerov:

a) Adobe Photoshop Express



Najboljše za: mobilno urejanje fotografij.

Adobe Photoshop Express je enostaven način za urejanje fotografij na telefonu, tablici ali računalniku. Ta brezplačen program za urejanje fotografij je namenjen začetnikom ali ljudem, ki iščejo kakovostno programsko opremo za hitro urejanje.

Aplikacija je zelo dostopna in ponuja številne možnosti. Prisotna je večina standardnih orodij za urejanje fotografij. Izboljšate lahko kontrast in svetlost, zasukate fotografije, dodate perspektivo in vse vrste učinkov. Želite pozneje prilagoditi fotografijo? Vse prilagoditve, narejene v programu Adobe Photoshop Express, lahko kadar koli razveljavite. Hitra različica Adobeove programske opreme za urejanje fotografij vključuje tudi kategorijo »okrasi«. To vam omogoča, da dodate besedilo in ustvarite prilagodljive kolaže.



Erasmus+

Adobe Photoshop Express je tako idealen za ljudi, ki iščejo preprosto aplikacijo za urejanje fotografij. Če iščete bolj profesionalno programsko opremo, kot je Photoshop na spletu, bi morali iskati dlje.

Prednosti Adobe Photoshop Expressa:

Napredni filtri, minimalističen vmesnik, profesionalni rezultati.

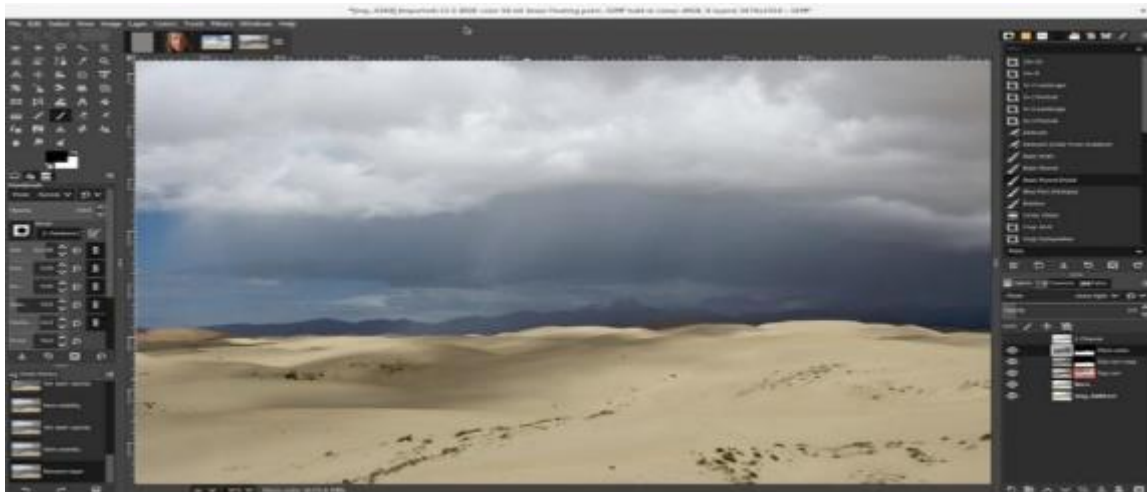
Slabosti programa Adobe Photoshop Express:

Lahko se izpiše samo kot JPG, deluje na Flashu, omejena orodja.

Uporabite z:

Splet in mobilni telefon (iOS, Android, Windows).

b) GIMP



Najboljše za: napredne uporabnike.

GIMP pogosto velja za najboljši brezplačni program za urejanje fotografij, ki je na voljo. Programska oprema vsebuje širok nabor orodij, od osnovnih dejanj do profesionalnih funkcij. Čeprav je najbolj primeren za napredne uporabnike, je lahko zelo uporaben tudi za začetnike. Ti vključujejo orodja za izbor in urejanje, obrezovanje, prilagajanje barv in samodejno izboljšanje slike. Izkušenejši uporabniki bodo uživali v orodjih, kot so spreminjanje velikosti, zamenjava obraza, animirani gif, maske plasti in krivulje.

Z vsemi temi obsežnimi funkcijami je GIMP dobra brezplačna alternativa, na primer spletnemu Photoshopu. Poleg tega je vmesnik popolnoma prilagodljiv in obstajajo številni vtičniki, ki jih je mogoče brezplačno dodati. Začnite iskanje popolnega brezplačnega programa za urejanje fotografij tako, da si ogledate te primere portfelja profesionalne fotografije za potreben navdih..



Erasmus+

Prednosti GIMP:

Profesionalna orodja in funkcije, odprtokodni program, podpora za razvijalce.

Slabosti GIMP:

Strma krivulja učenja, brez mobilne različice, natrpan vmesnik.

Uporabite z:

Samo namizje (Linux, OS X, Windows).

c) *Paint.NET*



Najboljše za: začetnike in omejene naprave.

Paint.NET je ustvaril ameriški študent kot zamenjavo za Microsoft Paint, zato da bi ljudem predstavili brezplačen program za urejanje fotografij, ki je enostaven za uporabo, z visokimi rezultati.

Program ima jasen vmesnik in je kot nalašč za začetnike, ki ne želijo porabiti veliko časa za ugotavljanje, kako vse deluje. Poleg tega je Paint.NET enostaven za uporabo na manj zmogljivih napravah. Kljub temu ponuja številna orodja za urejanje fotografij, kot so svetlost, kontrast, odtenek, krivulje, ravni, plasti, gradienti in neomejeno razveljavitev. Poleg tega lahko dostopate do naprednejših funkcij. Pomislite na orodje za 3D vrtenje/zoom za ponovno sestavljanje slik. Tako je urejanje fotografije na spletu s Paint.Net zelo enostavno.



Erasmus+

Prednosti Paint.Net:

Intuitiven vmesnik, idealen za počasne naprave, popoln dostop do zgodovine.

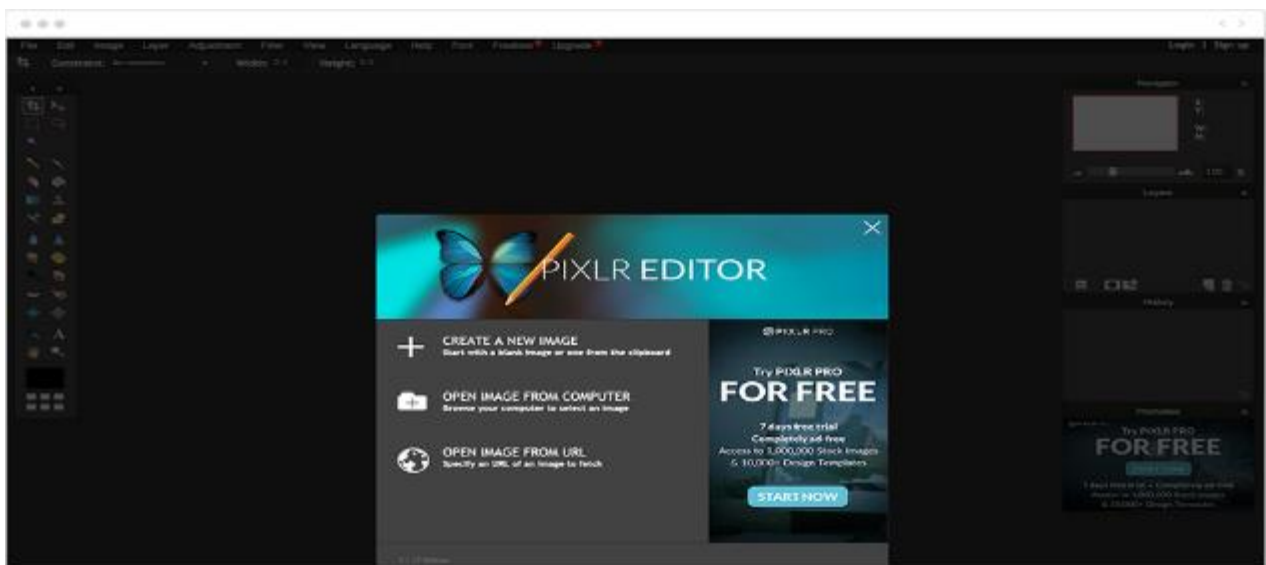
Slabosti Paint.Net:

Omejena orodja, manj zmogljiva od drugih alternativ, brez naprednih funkcij.

Uporabite z:

Samo namizje (Windows).

d) Pixlr Editor



Najboljše za: spletno urejanje fotografij na profesionalni ravni.

Pixlr Editor je zelo priljubljen kot brezplačen program za urejanje fotografij, vendar ne brez razloga. Ima številne možnosti. Z urejevalnikom Pixlr lahko odprete sliko iz svoje naprave, z URL-ja ali celo neposredno s Facebooka. To vam omogoča, da svoje obstoječe fotografije/fotografije urejate za nove namene, tudi ko ne fotografirate.

Vmesnik te programske opreme je podoben Adobeovemu urejevalniku in ima številne profesionalne funkcije. Osvetlitev, ravni, orodja za samodejno izboljšanje, napredni izbirniki barv, prilagodljivi čopiči, plasti in maske; tam boste našli vse. Pomanjkljivost urejevalnika Pixlr je, da zahteva Flash; vtičnik, ki ga Adobe kmalu ne bo več podpiral. Pixlr je zato razvil plačljivo različico z naprednimi orodji za urejanje. Če ne želite plačati, lahko izberete Pixlr X (opisano spodaj).

Prednosti urejevalnika Pixlr Editor:

Zmogljive funkcije, ne potrebujejo prenosov, številne možnosti nalaganja.

Slabosti urejevalnika Pixl:

Brez možnosti paketnega urejanja, prikazuje oglase, Flash je potreben.

Uporabite z:

Splet in mobilni telefon (iOS, Android)

e) *Pixlr X*



Najboljše za: hitro spletno urejanje.

Kot lahko preberete zgoraj, je bila ta programska oprema razvita kot naslednik urejevalnika Pixlr. Prešel je s platforme Flash na platformo HTML. Program za urejanje fotografij ima enako zasnovo kot njegov predhodnik in se osredotoča na orodja, ki izpolnjujejo vse vaše osnovne potrebe po urejanju. Pixlr X vam med drugim omogoča urejanje, obrezovanje in spreminjanje velikosti barv. Omogoča tudi odstranjevanje neželenih elementov in prilagajanje ravnovesja beline. Poleg tega lahko svojo portretno fotografijo dvignete na višjo raven z dodatnimi orodji.

Na splošno je Pixlr X dober program za začetnike in nepoklicne fotografe. Tisti, ki iščete naprednejša orodja, raje ostanite z urejevalnikom Pixlr Editor, dokler se Pixlr X ne razvije s temi funkcijami..

Prednosti Pixlr X:

Urejanje z enim klikom, preprost vmesnik, ne zahteva nobenih prenosov.

Slabosti Pixlr X:

Omejena orodja, brez naprednih funkcij, manj zmogljiv od urejevalnika Pixlr.

Uporabite na:

Splet in mobilne naprave (iOS, Android)⁶

Kako narediti posnetek zaslona

Med postopkom ustvarjanja lastne digitalne zgodbe je lahko koristno narediti posnetke zaslona. Tako lahko informacije, ki jih vidite na svojem zaslonu, delite neposredno v svojo digitalno zgodbo. Tukaj vam pomagamo na vaši poti:

Najprej se odločite, kako naj izgleda vaš posnetek zaslona. Ali želite posnetek celotnega zaslona? Ali potrebujete posnetek zaslona enega okna ali programa? Ali pa želite izbrati del zaslona in narediti posnetek le-tega?

a) Naredite posnetek zaslona s tipko Print Screen

Ali želite posneti zaslon celotnega zaslona ali dela okna? Sledite tem 3 korakom.

Korak 1: Poiščite tipko Print Screen

Tipka Print Screen na tipkovnici je označena.

Na tipkovnici poiščite tipko, ki pravi PrtScn (okrajšava za Print Screen) ali Print Screen. Pogosto je to ena od tipk nad puščičnimi tipkami na tipkovnici. Če želite narediti posnetek zaslona, preprosto pritisnite tipko Print Screen. Je Print Screen v modri barvi? Hrati pritisnite tipki Fn in Print Screen. Ne boste opazili sprememb vendar je posnetek zaslona zdaj narejen.



Korak 2: Posnetek zaslona prilepite v besedilno datoteko

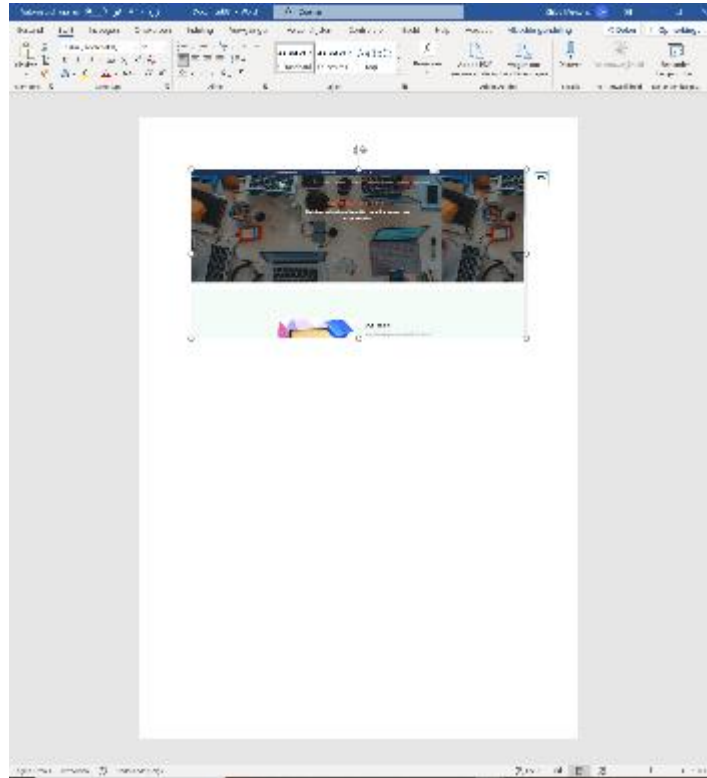
Posnetek zaslona prilepite v besedilno datoteko.

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



Erasmus+

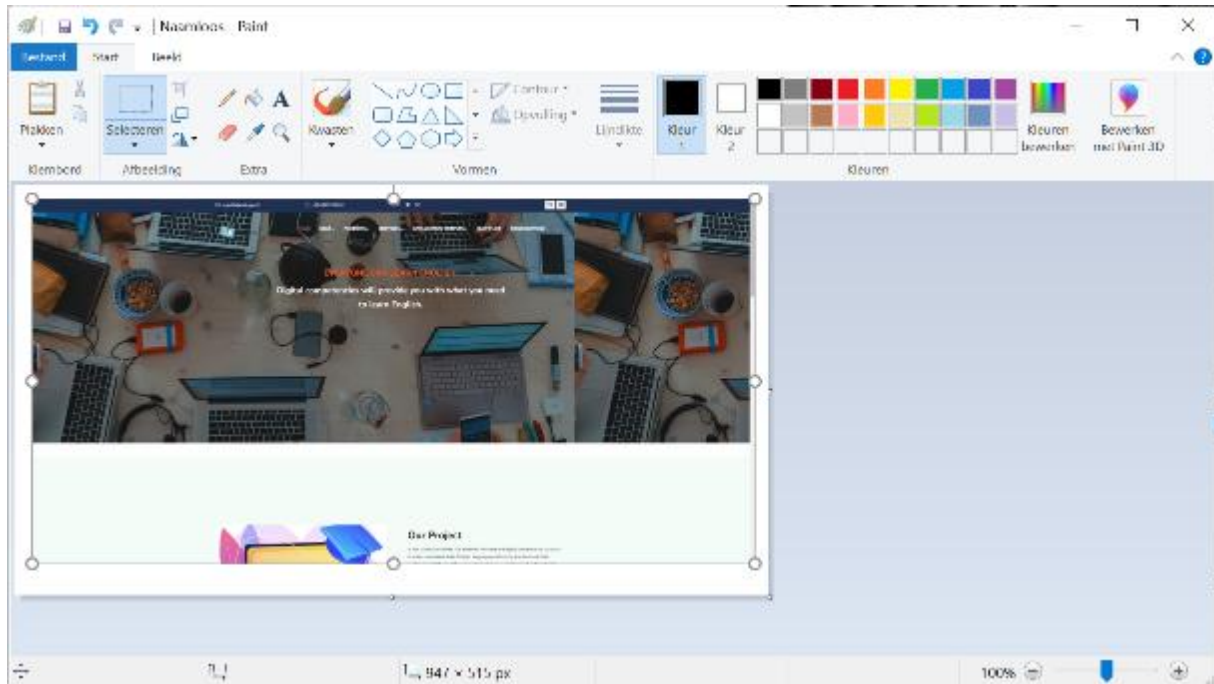
Ali je vaš posnetek zaslona namenjen uporabi v besedilni datoteki? Odprite datoteko in kliknite mesto, kjer želite posneti posnetek zaslona. Zdaj pritisnite in držite tipko Control v spodnjem levem kotu tipkovnice in nato pritisnite tipko 'V'. Vaš posnetek zaslona bo zdaj prikazan v vaši datoteki.



Korak 3: Shranite posnetek zaslona

Shranite posnetek zaslona.

Ali želite posnetek zaslona shraniti na trdi disk? Odprite program za urejanje fotografij, kot je Paint. Ko je program odprt, držite tipko Control v spodnjem levem kotu tipkovnice in nato pritisnite tipko 'V'. Tukaj lahko izberete, ali želite fotografijo obrezati ali ne. Vam slika ustreza? Kliknite na 'Datoteka', nato 'Shrani kot' in izberite ime in mapo za shranjevanje slike. Slika je zdaj v izbrani mapi, tako da lahko zaprete Paint.⁷



b) Naredite posnetek zaslona z orodjem za izrezovanje

Ali želite hitro izbrati del zaslona in narediti posnetek zaslona? Uporabite orodje za izrezovanje, ki je standardno v sistemu Windows.

Korak 1: Odprite orodje za izrezovanje

Odprite orodje za izrezovanje.

Kliknite gumb za zagon sistema Windows v spodnjem levem kotu zaslona. V meniju, ki se zdaj odpre, je na dnu iskalna vrstica. V iskalno vrstico vnesite 'Clipping program'. Kliknite na rezultat iskanja 'Program za izrezovanje'. Logotip tega programa lahko vidite na sliki poleg.

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



Erasmus+

Korak 2: Izberite željeni del zaslona

Izbira pravega dela zaslona za posnetek zaslona.

Vaš kazalec se spremeni v križec. S tem križcem izberete del zaslona, ki ga želite posneti. Če želite izbrati, držite levi gumb miške in premaknite miško. Takoj, ko spustite levi gumb miške, se posname posnetek zaslona.

Korak 3: Shranite posnetek zaslona

Shranjevanje zajetega posnetka zaslona.

Vaš posnetek zaslona se bo prikazal v novem oknu. Shranite ga lahko s klikom na gumb 'floppy disk'. To je vijolična ikona, kot lahko vidite na sliki. Nato izberite ime in lokacijo, kamor želite shraniti posnetek zaslona.

Programi za urejanje videoposnetkov

a) *MoviePlus Starter Edition*

MoviePlus Starter Edition je precej zmogljiv urejevalnik videoposnetkov. Lepo je, da lahko ustvarite tako imenovano sliko v sliki, kar pomeni, da lahko dejansko gledate dva filma hkrati. Na primer, da prikazete prizor hkrati iz dveh zornih kotov. Uporabno za tiste, ki delajo z več akcijskimi kamerami ali če v montažo vključite tudi videoposnetke prijateljev. Za prenos morate pustiti e-poštni naslov, po katerem boste prejeli licenčno kodo. Prepričajte se, da ne nameščate nobenih neželenih programov. Program ne prepozna veliko formatov datotek, razen če z njim kupite paket kodekov. Na srečo lahko s programi iz nasvetov 10 in 11 brezplačno pretvorite videoposnetke.

MoviePlus: odličen urejevalnik videoposnetkov, ki podpira sliko v sliki.

b) *ShotCut*

Ta odprtokodni program je na voljo za več platform, vključno z Windows. ShotCut je enostaven za uporabo, vendar ima veliko funkcionalnosti. Izboljša lahko posnetke, uporabi digitalno stabilizacijo slike, da tresenje filmov naredi tišje. Podpira skoraj vse formate filma, ki si jih lahko zamislite. Tudi pri shranjevanju končnega filma je na voljo veliko izbir, tako da lahko ustvarite filme za katero koli napravo ali medij.

ShotCut ima zelo široke možnosti in profesionalen videz.

c) *Avidemux*

Majhen, a prijeten odprtokodni urejevalnik videoposnetkov, ki omogoča rezanje videoposnetkov ali njihovo razdelitev na manjše fragmente. Dobra stvar je, da se ob shranjevanju ne kodirajo. Zato sploh ni izgube kakovosti. Izvajate lahko tudi številne operacije,



Erasmus+

kot so obrezovanje, vrtenje, ostrenje, zmanjševanje šuma ter prilagajanje osvetlitve in barv. V tem primeru spremenite posnetek in seveda je potrebno kodiranje.

Z Avidemuxom lahko skrajšate filme brez izgube kakovosti.

d) Free Video Editor

Ta program vam omogoča, da iz filma izrežete neželene dele in shranite nov film, brez ponovnega snemanja. Program vam omogoča, da shranite nov film brez ponovnega kodiranja. Dele na sredini filma lahko izrežete in niste omejeni le na začetek ali konec. Možna je tudi pretvorba v drugo obliko. Ta program se je včasih imenoval Free Video Dub. Še enkrat, pazite na nepotrebno dodatno programsko opremo med namestitvijo.

Izrežite vse dele, ki jih želite z brezplačnim urejevalnikom videoposnetkov.

e) iMovie

Že nekaj let ob nakupu iPhonea ali iPada brezplačno prejimate video urejevalnik iMovie. To je dobra novica, saj je ta aplikacija zelo obsežna in vam omogoča urejanje najlepših filmov. Izberite nekaj posnetkov, jih razvrstite na časovni premici, za vsakega nastavite začetno in končno točko in dodajte kul filter, če želite. Film lahko tudi razrežete na krajše fragmente, jih podvojite in prilagodite hitrost predvajanja. Torej obstaja veliko možnosti, vse na vaši mobilni napravi Apple.

iMovie je obsežen urejevalnik videoposnetkov za vaš iPhone ali iPad.

f) Video Toolbox

Spletno mesto Video Toolbox lahko med drugim uporabite za pretvorbo videoposnetkov v drugo obliko, za dodajanje vodnega žigu ali za ločevanje zvoka, videa in podnapisov. Poleg tega lahko obrežete sliko, skrajšate filme ali jih zlepite skupaj. Spletna stran izgleda precej špartansko. Najprej naložite enega ali več filmov ali označite spletne filme, nato pa izberete dejanje, ki ga želite izvesti. Za izvorno gradivo dobite 600 MB prostora za shranjevanje in 1400 MB za montirane filme.

Spletno mesto Video Toolbox je nekoliko staromodno, vendar dobro deluje.

g) Magisto

Magisto je spletna video storitev, ki omogoča preprosto ustvarjanje kratkih filmov. Ne pričakujte obsežnega urejevalnika videoposnetkov, gre zgolj za enostavnost in preprostost. Izberete svoje videoposnetke, izberete temo, ki vam je všeč, in dodate ustrezno glasbo. Magisto nato poišče številne čudovite prizore in jih uredi v vpadljiv film. Namesto dela prek spletne



Erasmus+

strani lahko za to uporabite tudi aplikacijo na svoji napravi iOS ali Android ali namestite Magisto kot program na svoj računalnik.

Magisto lahko uporabljate prek spletnega mesta, aplikacije na telefonu ali tabličnem računalniku ali lokalnega programa na vašem računalniku.

h) WeVideo

Pri spletnem urejevalniku videoposnetkov morate najprej naložiti svoje filme. Torej krajši kot so filmi, hitreje lahko začnete. Brezplačna različica WeVideo vam omogoča objavo samo petih minut materiala na mesec. Po prijavi boste videli preprost urejevalnik videoposnetkov s časovnico. Videoposnetke lahko zasukate, zrcalite in povečate. Možni so tudi različni učinki in lahko dodate glasbo. Svoje filme lahko med drugim naložite neposredno na Vimeo, YouTube, Twitter, Facebook in Dropbox. Vam je storitev všeč? Obstajajo različne naročnine, ki vam omogočajo, da kupite več časa.

Uredite svoje filme in jih objavite neposredno v video storitvi po vaši izbiri z WeVideo.

i) Looper

Spletni urejevalnik Loopster vam daje tri gigabajte prostora za shranjevanje filmov. Naložite svoje filme in pripravljeni ste za začetek urejanja. Dodate lahko naslove, prehode in zvok ter se odločite, kje se gradivo začne in ustavi na film. Končni rezultat lahko delite na YouTubeu ali Facebooku ali ga shranite lokalno. Brezplačna različica ima nekaj omejitev. Dodan je na primer vodni žig in ne morete ustvariti filmov v kakovosti HD.

Runner je videti kot preprost lokalni urejevalnik videoposnetkov, vendar deluje na spletu.

j) YouTube

Običajno videoposnetek uredite, preden ga delite na spletu. Vendar je to mogoče storiti tudi naknadno. Na YouTubeu lahko na primer vedno dodate glasbo ali podnapise. Če želite to narediti, se prijavite v Youtube Studio in v levem meniju izberite Vsebina. Kliknite na videoposnetek, ki ga želite urediti, in nato na Editor. Tukaj lahko svojim videoposnetkom dodate podnapise in glasbo.

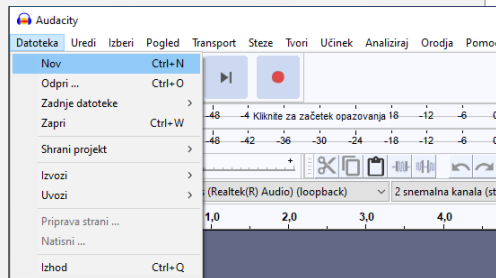
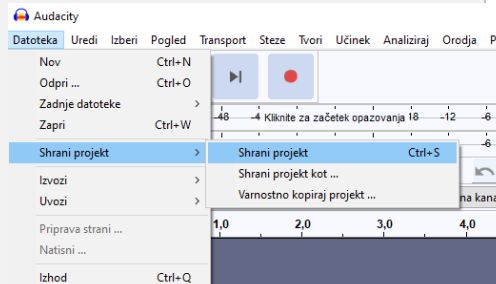
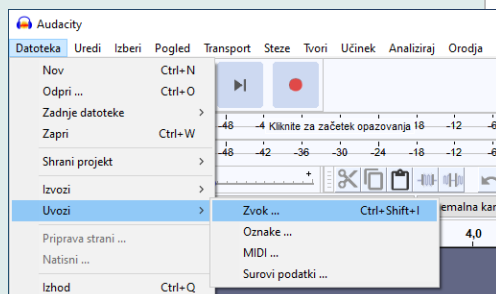
Optimizirate lahko tudi kakovost slike, kot so osvetlitev, kontrast, nasičenost in barvna temperatura. Med predvajanjem je enostavno videti izvirni in urejen video hkrati. Druge pametne možnosti vključujejo stabilizacijo tresočih posnetkov, predvajanje v počasnem posnetku, pospeševanje počasnega časovnega zamika in obrezovanje. Združite več filmov in dodajte prehode in naslove.

Če želite izvedeti več o tem, kako deluje YouTube Studio, obiščite to stran.

Dodajanje zvoka videoposnetkom

Audacity je odprtokodni program za urejanje zvoka, ki vam omogoča ustvarjanje, urejanje in shranjevanje datotek WAV, AIFF, Ogg Vorbis in MP3. Audacity je na voljo za Windows, Mac, Unix in Linux. Program se lahko uporablja tudi v nizozemščini. Audacity ima filtre za urejanje zvoka.

Tabela 7. Koraki dodajanja zvoka

Koraki	Teorija	Izvajanje	Posnetki zaslona
1	USTVARJANJE IN SHRANJEVANJE PROJEKTA Ko odprete program, se samodejno ustvari nov projekt. Tudi dodatno lahko v programu ustvarite nov projekt. Ko začnete nov projekt, je najbolje, da ga takoj shranite z želenim naslovom. Med delom datoteke večkrat shranite. Tako se boste izognili izgubi projekta.	USTVARJANJE PROJEKTA: V orodni vrstici kliknite »Datoteka« in nato »Nov«. SHRANJEVANJE PROJEKTA: V orodni vrstici kliknite »Datoteka« in nato »Shrani projekt«. Nato lahko izberete »Shrani projekt« ali »Shrani projekt kot ...«. Ko kliknete »Shrani projekt kot...«, izberite ime datoteke za svoj projekt. Razširitev vašega projekta je '.aup'. Nato kliknite »Shrani«.	USTVARJANJE PROJEKTA:  SHRANJEVANJE PROJEKTA: 
2	DODAJANJE ZVOČNEGA POSNETKA Če želite urediti zvočni posnetek, morate svojemu projektu najprej dodati zvočni posnetek.	DODAJ ZVOČNI POSNETEK: V orodni vrstici kliknite »Datoteka« in nato »Uvozi«. Nato izberite "Audio ...". V oknu, ki se odpre, izberite želeni zvočni fragment. Izbriši: na traku kliknite »Uredi« in nato »Razveljavi«.	DODAJ ZVOČNI POSNETEK: 
3	IZREZANJE, BRISANJE, KOPIRANJE, LEPLJENJE IN	IZBERI ZVOČNI POSNETEK: Kliknite na začetno točko	IZBERI ZVOČNI POSNETEK:

PODVOJEVANJE ZVOČNEGA POSNETKA

Ko *izrežete* fragment, se izbrani fragment odstrani iz celotne zvočne datoteke in se začasno shrani. Fragment lahko nato prilepite na drugo mesto.

Ko *kopirate* fragment, ostane celotna zvočna datoteka nespremenjena, vendar se fragment začasno shrani. Nato lahko fragment prilepite na drugo mesto.

Lahko tudi *izbrišete* fragment ali ga *podvojite*. Podvajanje pomeni dovoliti, da se isti fragment dvakrat pojavi v isti zvočni datoteki.

zvočnega fragmenta, ki ga želite izbrati. Povlecite kazalec na konec zvočnega posnetka, ki ga želite izbrati.

IZREŽI ZVOČNI POSNETEK:

Kliknite »Uredi« in nato »Izreži« v orodni vrstici.

IZBRIŠI ZVOČNI POSNETEK:

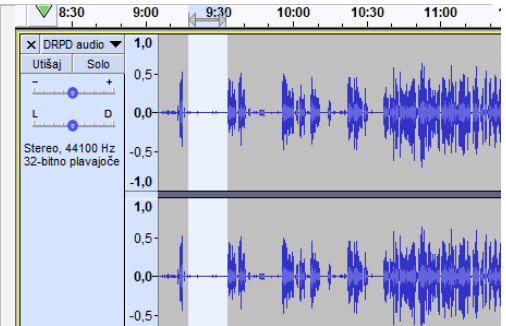
Kliknite »Uredi« in nato »Izbriši« v orodni vrstici.

KOPIRAJ ZVOČNI POSNETEK:

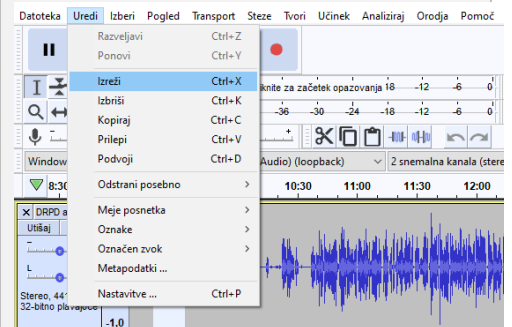
Kliknite »Uredi« in nato »Kopiraj« v orodni vrstici.

PRILEPI ZVOČNI POSNETEK:

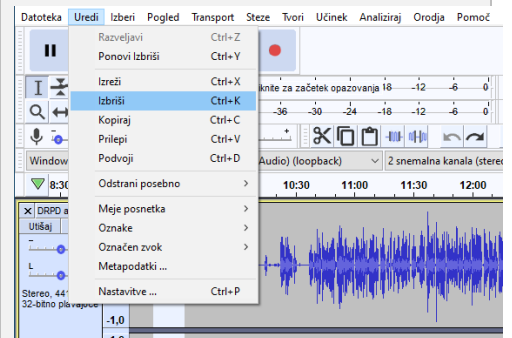
Kliknite »Uredi« in nato »Prilepi« v orodni vrstici.



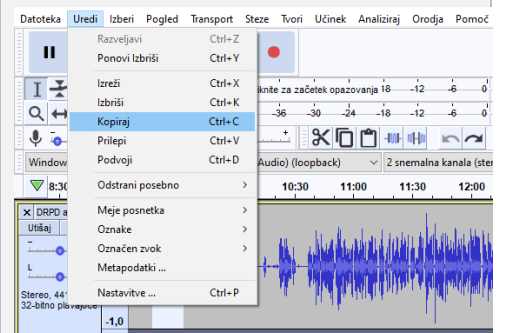
IZREŽI ZVOČNI POSNETEK:



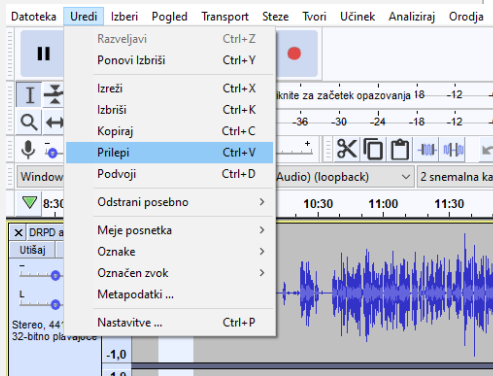
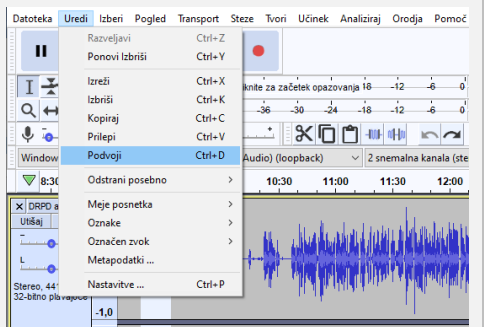
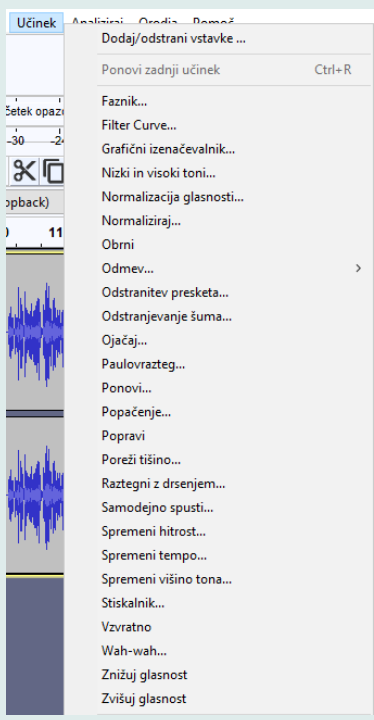
IZBRIŠI ZVOČNI POSNETEK:



KOPIRAJ ZVOČNI POSNETEK:



PRILEPI ZVOČNI POSNETEK:

		PODVOJI ZVOČNI POSNETEK: Kliknite »Uredi« in nato »Podvoji« v orodni vrstici.	 PODVOJI ZVOČNI POSNETEK: 
4	UPORABI UČINKE: Zvočnim posnetkom lahko uporabite različne učinke. Primeri: Za zvočni posnetek lahko uporabite »fade-in« ali »fade-out«, da bo zvočni posnetek na začetku počasi postal glasnejši ali na koncu počasi postal mehkejši. Odmev lahko uporabite za simulacijo zvočnega pojava, ki nastane zaradi ponavljajočih se odsefov zvoka po prenehanju predvajanja vira zvoka.	UPORABI UČINKE: Izberite posnetek, na katerega želite uporabiti učinek. Kliknite na "Učinek" v orodni vrstici in v izbirnem meniju izberite želeni učinek.	UPORABI UČINKE: 
5	OBJAVI PROJEKT Projekt lahko odprete v programu Audacity le, če ima pripono '.aup'.	OBJAVI PROJEKT: V orodni vrstici kliknite »Datoteka« in nato »Izvozi«. Nato izberite	OBJAVI PROJEKT:

Če želite zagotoviti, da lahko urejeni zvočni fragment odprete v katerem koli računalniku, morate projekt pretvoriti v drugo vrsto datoteke. Tu raje uporabljamo MP3.	»Izvozi kot MP3«. Spremenite ime datoteke v želeni naslov in pustite pripono na '.mp3'.	
--	---	--

Poglavje 5:

Timsko delo v digitalnem pripovedovanju zgodb



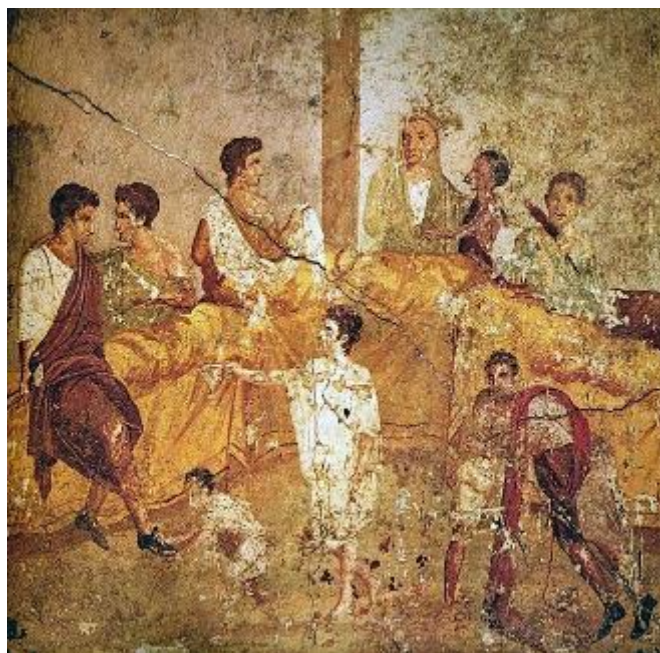
21. stoletje je prineslo premik k mainstream pedagogiki, od prevladujočega instruktivizma k konstruktivistični pedagogiki. Richardson (1998) povzema glavne značilnosti konstruktivistične pedagogike:

1. Pozornost do posameznika in spoštovanje študentskega ozadja ter razvijanje razumevanja in prepričanj o elementih domene (to bi lahko opisali tudi kot osredotočeno na študente);

2. Olajšanje skupinskega dialoga, ki raziskuje element domene z namenom, da vodi k ustvarjanju in skupnemu razumevanju teme;
3. Načrtovano in pogosto nenačrtovano vnašanje formalnega domenskega znanja v pogovor z neposrednimi navodili, sklicevanjem na besedilo, raziskovanjem spletne strani ali na kakšen drug način.
4. Zagotavljanje priložnosti za študente, da določijo, izpodbijajo, spremenijo ali dodajo obstoječa prepričanja in razumevanja z vključevanjem v naloge, ki so strukturirane v ta namen; in
5. Razvijanje metazavesti študentov o lastnem razumevanju in učnih procesih.

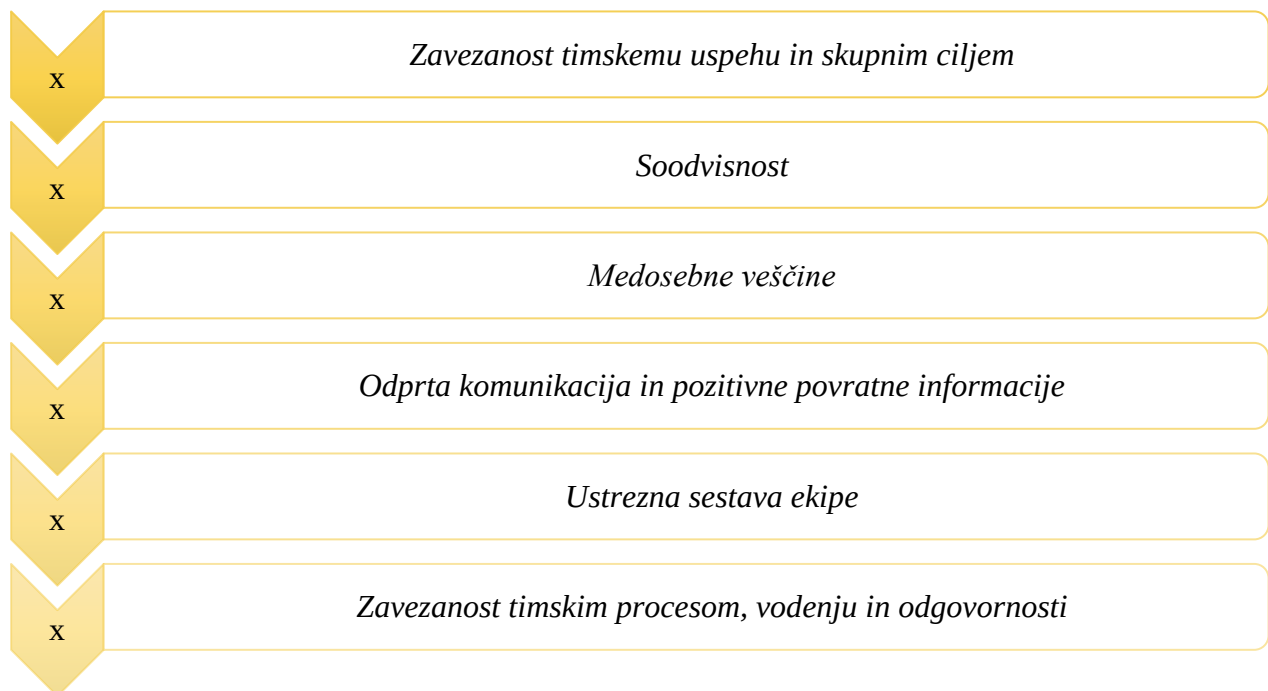
V konstruktivistični pedagogiki morajo načrti učenja vključevati timsko učno pedagogiko, ki je osredotočena na študenta, kot so scenariji, ki temeljijo na projektih, na primerih, na poizvedovanju in na problemih (Oliver, 2001). Učenci se morajo poglobiti v učna okolja, ki spodbujajo resnično učenje v resničnih kontekstih. Ekipe in timsko delo pomagajo spodbujati globoko učenje, ki se pojavi z interakcijo, reševanjem problemov, dialogom in sodelovanjem (Johnson & Johnson, 1995). Ti učni načrti spodbujajo gradnjo znanja, saj so vpeti v asocialno izkušnjo s timskim okoljem (Vygotsky, 1978). Učinkovito timsko delo lahko vpliva na uspešno izvajanje teh učnih načrtov. Terciarni pedagogi ne morejo domnevati, da bodo študentje pridobili znanje, razumevanje in veščine, potrebne za ustvarjanje in prispevanje k sinergističnemu timskemu okolju.

Ključne veščine 21. stoletja so digitalna pismenost, sposobnost komuniciranja s skupnostjo, debate in inovacije pri pridobivanju znanja ter razvoj veščin sodelovanja ali timskega dela (Chujitarom, 2020). Timsko delo lahko naredi skupino ljudi uspešno in velja za enega od ključev do uspeha v vsakem poklicu. Zato se lahko timsko delo uporabi tudi za spodbujanje inovacij računalniške umetnosti.



Ljudje, ki delajo skupaj v starih časih

Ljudje so že od antičnih časov sestavljali skupine oz. ekipe, da bi svoje delo ali naloge opravljali na preprostejši in učinkovitejši način. Timsko delo se nanaša na dejavnosti, s katerimi se vložki ekipe pretvorijo v rezultate ekipe, kot sta učinkovitost in zadovoljstvo ekipe. Na širši ravni je timsko delo proces, s katerim člani ekipe sodelujejo pri doseganju ciljev (Driskell et al., 2018). Pri timskem delu obstajajo interakcije med ljudmi, ki lahko pripeljejo izmenjavo informacij in znanja v akcijo. Za pridobivanje informacij imamo veliko možnosti. Najpomembnejši od teh: lastne izkušnje, študij, coaching, mentor, neformalne mreže, dobra komunikacija itd. Lahko so v ospredju timskega dela. Za skupne cilje morajo člani ekipe sodelovati ne le blizu drug drugemu, ampak skupaj. To pomeni, da morajo uporabiti znanje in izkušnje drug drugega. V tej situaciji se pojavi zahteva po izmenjavi znanja in individualno znanje je treba dvigniti na raven skupine (Bencik, 2009). Timsko delo ima 6 komponent, ki so prikazane na spodnji sliki.



Slika 4. Komponente timskega dela

Zavezanost timskega uspehu in skupnim ciljem, pri čemer imajo člani ekipe skupne cilje

Člani ekipe morajo stremeti k timskega uspehu, biti motivirani, sodelovati in biti odločeni, da dosežejo najvišjo raven. Ekipa bi morala biti zelo osredotočena na zagotavljanje kakovostnega izdelka in se ne ukvarjati z osebnimi težavami, ki bi lahko prekinile ta cilj. Omogočati in negovati pozitivne odnose sodelovanja in dela, ki temeljijo na osredotočenosti na razvoj

kakovostnega končnega izdelka, ki bi navdušil mentorja, vrstnike in končne uporabnike njihovih strank.

Celotna ekipa je močno motivirana, da prekaša druge ekipe in si deli močan skupni cilj, da želi razviti izdelek, ki bi podpiral njihove možnosti za zaposlitev ob koncu tečaja.

Ključni atributi

- ✓ Udeleženci razumejo svoj namen in si delijo svoje cilje – kombinacija obeh doseže poslanstvo
- ✓ Člani morajo imeti močan skupni cilj
- ✓ Skupine vsakemu članu ekipe zagotavljajo prestiž in priznanje
- ✓ Uspešne ekipe so motivirane za uspeh
- ✓ Obstaja močna zavezanost ekipe za uspeh
- ✓ Člani imajo močne skupne vrednote in prepričanja
- ✓ Zavzeti člani, ki so zadovoljni s svojim delom
- ✓ Ustvarjanje timskega vzdušja, ki je neformalno, sproščeno, udobno in brez obsojanja
- ✓ Spodbujajte skupinsko kohezijo
- ✓ Ljudje uživajo v redni interakciji s posamezniki, ki imajo podobne interese in cilje



Uspešno timsko delo temelji na sinergizmu, ki obstaja med vsemi člani ekipe, ki ustvarjajo okolje, kjer so vsi pripravljeni prispevati in sodelovati za promocijo in negovati pozitivno,

učinkovito timsko okolje. Člani ekipe morajo biti dovolj prilagodljivi, se prilagajati delovnim okoljem, kjer se cilji dosega s sodelovanjem in družbeno soodvisnost namesto individualiziranih, tekmovalnih ciljev (Luca & Tarricone, 2001).

Soodvisnost

Člani ekipe morajo sodelovati. Soodvisno delo v nasprotju z neodvisnim je najboljša stvar za vsakega posameznika, saj omogoča ekipi, da doseže svoje cilje na visoki ravni. Člani ekipe menijo, da so imeli odgovornost do drugih članov ekipe in da uspeh projekta temelji na prispevku vsakega člana ekipe. Člani ekipe vedno z veseljem pomagajo vrstnikom, ko se soočajo s težavami. Ekipa bi proaktivno razmišljala o težavah, ki jih imajo posamezni člani ekipe, in ponudila pomoč, če je to potrebno.



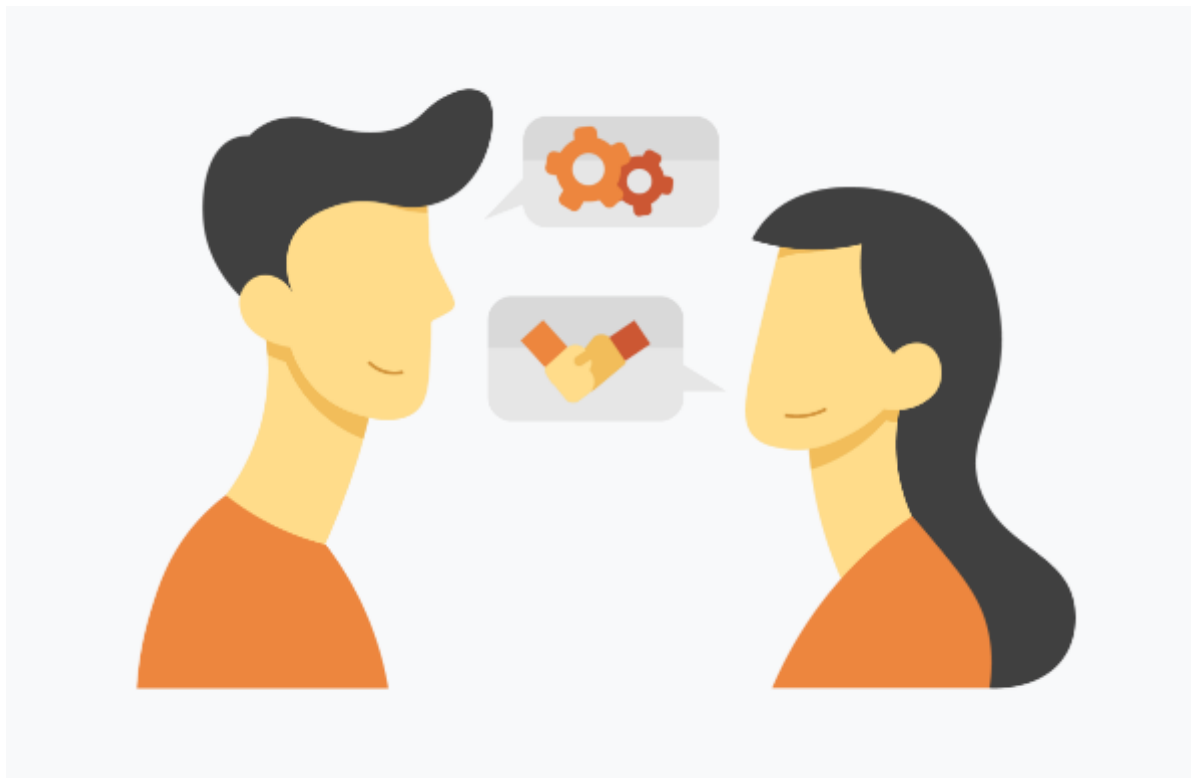
Ključni atributi

- ✓ En član ne more uspeti, če ne uspe drugim članom ekipe
- ✓ Skupina lahko zagotovi več, kot bi lahko posamezniki, ki jo ogrožajo, naredili posamezno
- ✓ Člani ekipe morajo učinkovito sodelovati pri izdelavi uspešnih sistemov
- ✓ Člani ekipe sodelujejo, si pomagajo pri izpolnjevanju naloge in spodbujajo uspeh drugega
- ✓ Člani ekipe gradijo na zmožnostih svojih sodelavcev – kombinacije, ki jih daje sinergija
- ✓ Člani ekipe se morajo zanimati za dosežke skupine in dosežke vsakega posameznika

- ✓ Člani ekipe ne smejo biti nikoli popolnoma samostojni ali popolnoma neodvisni
- ✓ Ekipe so pogosto pooblašene za opravljanje nalog, ki niso na voljo posameznikom
- ✓ Posamezniki pri interakciji s člani ekipe izkusijo široko paleto novih idej in veščin
- ✓ Člani ekipe se učijo skupaj, da bi lahko pozneje kot posamezniki delovali bolje

Medosebne veščine

Pomembno je spodbujati skrbno delovno okolje, biti sposoben pošteno razpravljati o vprašanjih, zagotavljati medsebojno podporo ter izkazovati spoštovanje in predanost ekipi in posamezniku. Ekipa priznava, da imajo člani ekipe različne osebnosti in so tudi imeli težave na različnih stopnjah. Drug do drugega izkazujejo pozornost, v težkih časih se spoštujejo in podpirajo.



Ključni atributi

- ✓ Ljudje morajo skrbeti drug za drugega
- ✓ Člani se morajo varovati in podpirati drug drugega
- ✓ Občutki se lahko svobodno izrazijo
- ✓ Člani morajo biti spoštljivi in podpirati drug drugega ter biti realni v medsebojnih pričakovanjih
- ✓ Obstajati mora visoka stopnja zaupanja
- ✓ Člani se spoštujejo in si zaupajo
- ✓ Spodbujajte zaupanje, samozavest in predanost znotraj skupine

Odperta komunikacija in pozitivne povratne informacije

Pritožbam in potrebam članov ekipe je treba prisluhniti. Člani morajo biti pripravljeni dati in sprejeti konstruktivno kritiko ter ponuditi resnične predloge. Ekipa se zaveda, da je "zdravo" razpravljati o težavah ali težkih vprašanjih in poskušati ponuditi konstruktivno pomoč/kritiko pri poskusu njihovega reševanja. Zelo cenijo odprt dialog, ki je članom ekipe omogočil, da izrazijo svoje pomisleke na neobramben način. Bili so odprti in resnični glede vseh vidikov projekta.



Ključni atributi

- ✓ Dajte in sprejmite povratne informacije na ne obramben način
- ✓ Idealna ekipa mora biti zelo raznolika glede talentov in znanja, ki jih prispeva vsak član, hkrati pa ohranja odprto, nežaljivo komunikacijo
- ✓ Cenite učinkovito poslušanje in komunikacijo, ki služi potrebam skupine
- ✓ Vključite se v odprt dialog in komunikacijo
- ✓ Gojite timski duh konstruktivne kritike in pristnih ne ocenjevalnih povratnih informacij
- ✓ Člani ekipe morajo biti odprti in iskreni
- ✓ Omogočite članom izražanje njihovih občutkov
- ✓ Poslušajte vse ideje in občutke
- ✓ Soočite se s konfliktom in ga premagajte

Ustrezna sestava ekipe

To je bistvenega pomena za oblikovanje uspešne ekipe. Vsi člani ekipe morajo razumeti vlogo timskega dela. Ekipa je proaktivna pri izbiri članov ekipe za to njeno enoto že vnaprej. Skrbno preučujejo spretnosti, ki jih potrebuje vsak član ekipe, in tudi tip osebnosti vsakega člana ekipe.



Ključni atributi

- ✓ Uspešne ekipe so rezultat ustreznega sestavljanja ekipe
- ✓ pojasnite vloge, odnose in odgovornosti članov
- ✓ Razpravljajte o različnih načinih, kako lahko vsak član prispeva k delu

Zavezanost timskim procesom, vodenju in odgovornosti

Člani ekipe so odgovorni za sodelovanje pri delu v ekipi. Učinkovito vodenje je bistvenega pomena za uspeh skupine, vključno s skupnim odločanjem in reševanjem težav. Člani ekipe se zavedajo pomembnosti vloge vsakega posameznika v ekipi in postopka, ki ga ekipa uporablja za načrtovanje in spremljanje časa in kakovosti zahtevanih nalog. Ekipa spoštuje vodjo projekta in se z njim vedno posvetuje, preden sprejme pomembne odločitve. Ekipa ima tudi številne postopke za zagotavljanje kakovosti, ki so pomagali spremljati dejavnosti in odgovornosti posameznih članov ekipe.



Ključni atributi

- ✓ tolerira dvoumnost, negotovost in navidezno pomanjkanje strukture
- ✓ uvesti pristope, ki so usmerjeni k ciljem, pravično razdelijo delo med člane in sinhronizirajo prizadevanja
- ✓ sprejemanje individualne odgovornosti/osebne odgovornosti
- ✓ Člani ekipe so odgovorni za svoj del dela
- ✓ Člani se strinjajo o porazdeljenem vodenju
- ✓ Odločitve se sprejemajo s soglasjem
- ✓ Potrebno je učinkovito vodenje
- ✓ Spodbujanje skupinskih udeleževanja, soglasja in skupinskih odločitev
- ✓ Eksperimentirajte z novimi načini dela za učinkovitejše delo
- ✓ Išcite najboljše prakse pri drugih skupinah in drugih delih organizacije
- ✓ bodite odprti za spremembe, inovacije in ustvarjalno, skupno reševanje problemov
- ✓ ukrepajte pri reševanju težav, ne da bi čakali na navodila
- ✓ spremljajte napredek ekipe
- ✓ Izvedite analize po projektu, da ugotovite, katera strategija je bila uspešna in katera ne

Ekipno delo in digitalno pripovedovanje zgodb

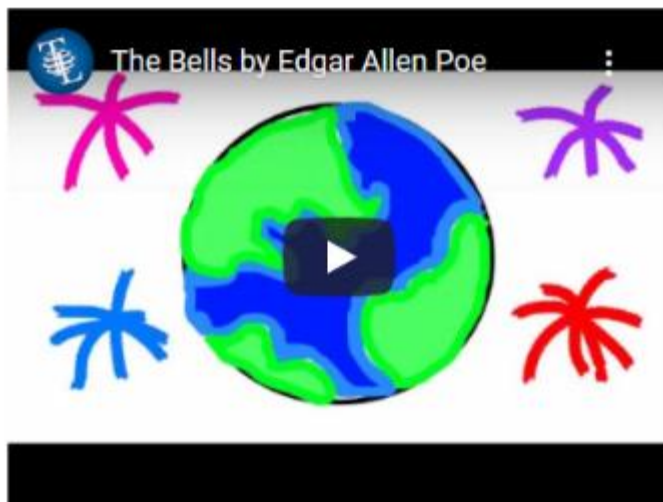
Digitalno pripovedovanje zgodb učencem omogoča močno učno izkušnjo v 21. stoletju, ki izkorišča njihovo zanimanje za tehnologijo in njihove spretnosti z njo. Vodenje procesa ustvarjanja močne digitalne zgodbe je priložnost, da učenci razvijajo spretnosti vodenja projektov, kot so organizacija, upravljanje časa, vodenje, pobuda, vztrajnost in timsko delo.

Uspešno timsko delo temelji na sinergiji med vsemi člani tima, ki ustvarjajo okolje, v katerem so vsi pripravljeni prispevati in sodelovati, da bi spodbujali in negovali pozitivno in učinkovito timsko okolje. Člani ekipe morajo biti dovolj prilagodljivi, da se lahko prilagodijo delovnim okoljem, kjer se cilji dosegajo s sodelovanjem in socialno soodvisnostjo namesto z individualnimi, tekmovalnimi cilji (Luca in Tarricone, 2001). Veščine timskega dela skupaj s komunikacijskimi veščinami je mogoče razvijati z uporabo digitalnega pripovedovanja zgodb pri pouku (Yuksel, Robin in McNeil, 2011). Zato je bilo digitalno pripovedovanje zgodb poimenovano kot inovacija učnega načrta zaradi povečanja radovednosti in motivacije učencev (Hathorn, 2005) in kot "učinkovito učno okolje za spodbujanje sodelovanja in sooblikovanja pomena" (Yang & Wu, 2012, str. 350) v izobraževanju.

Pripovedovanje zgodb je bistvo umetnosti ustvarjene s pomočjo računalnika. Njegova naloga je namreč usklajevanje delov celotne zgodbe, da bi učinkovito komunicirala z gledalci. To počne tako, da zgodbe brezhibno povezuje z uporabo digitalnih tehnik, kot so video posnetki, digitalno slikanje, stripovske ilustracije in animacija itd. (Chujitarom, 2020). Timsko delo in digitalno pripovedovanje zgodb sta tesno povezana, saj morajo dobre zgodbe nastati na podlagi komunikacije med pripovedovalcem in občinstvom ter povratnih informacij. S timskim delom je proces digitalnega pripovedovanja zgodb zelo uspešen (Cunsolo et al., 2013). Podatkovna zbirka Creative Educator ponuja 6 načinov za izvajanje digitalnega pripovedovanja zgodb, s katerimi lahko krepimo pismenost in hkrati spodbujamo poglobljeno razmišljanje o preučevanih vsebinah. Te ideje lahko učencem razdelite kot skupinsko delo.

a) Ideja 1. Vizualna poezija

Izbor besed z namenom v poeziji spodbuja pozorno branje. Učenci naj ustvarijo digitalne različice pesmi in tako pokažejo, kako razumejo avtorjevo izbiro besed in njegov namen. Pri ustvarjanju vizualnih pesmi učenci "razlagajo besede in besedne zveze, uporabljene v besedilu, vključno z določanjem tehničnih, konotativnih in figurativnih pomenov, ter analizirajo, kako določene besedne izbire oblikujejo pomen ali ton.



Učence prosite, naj pozorno preberejo vsako vrstico ali verz pesmi in se pogovorijo o avtorjevem izboru besed. Učenci naj nato poiščejo ali ustvarijo podobe za vsako vrstico ali verz, ki ponazarjajo avtorjev namen. Učenci naj poiščejo ali ustvarijo glasbo, ki bo podkrepila čustva, ki jih pesem vzbuja. Med zapisovanjem besedila pesmi, učenci vadijo tekočnost in intonacijo. Končni izdelek je multimedijaska različica pesmi, digitalna zgodba, ki gledalcu pomaga bolje razumeti poezijo.

b) Ideja 2: Napovedniki za knjige

Poročila učencev o knjigah, tudi digitalna, so po navadi površinska zbirka informacij: naslov, avtor, povzetek in mnenje. Namesto tovrstnega poročila o knjigi na nizki ravni od učencev zahtevajte, da ustvarijo kratek, hiter napovednik za knjigo. Podobno kot filmske napovednike, ki jih poznajo učenci, morajo biti tudi napovedniki za knjige zasnovani tako, da pritegnejo občinstvo in predstavijo besedilo na način, ki gledalce spodbudi, da v knjižnici izberejo prav to knjigo.

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.



Prepričajte se, da njihove napovedi za knjige presegajo osnovne informacije o knjigi. Učenci naj uporabijo vse, kar vedo o likih in konfliktu, da bi gledalce povezali z zgodbo. Naj povzamajo zgodbo in uporabijo prepričevalne tehnike, da bi druge pritegnili k branju. S tem se učijo tudi, kako uporabiti medije za spreminjanje vedenja, in bolje razumejo, kako te iste tehnike uporabljajo množični mediji.

c) Ideja 3: Poročilo o novicah



Današnji učenci so odraščali ob gledanju televizije. Mnogi učenci preživijo skoraj toliko časa ob gledanju televizije kot v šoli! Eden redkih televizijskih programov, ki jih otroci ne gledajo radi, so seveda novice. Izzovite učence, da na podlagi vsebine, ki se jo učijo, pripravijo novico, ki bi si jo dejansko želeli ogledati.

Učenci, ki pripravljajo zanimivo novinarsko poročilo, morajo organizirati in povzeti informacije, kar jim pomaga bolje razumeti in ohraniti vsebino. Da bi bili učenci jasni in

jedrnati, se morajo osredotočiti na zanimivo, natančno besedišče in terminologijo. Pri vaji in snemanju poročil vadijo intonacijo in krepijo tekočnost.

d) Ideja 4: Video biografija

V šoli je malo nalog, ki se jih učenci bojijo bolj kot pisanja biografije. Učence je včasih težko spodbuditi k čim boljšemu delu, zlasti če se zavedajo, da njihovega dela ne bo videl nihče drug kot učitelj.

Če želite pisanju učencev dati še večji pomen, ustvarite občinstvo, ki je širše od sten učilnice. Učence opozorite, da biografije niso vedno knjige . . . morda so gledali televizijske oddaje o priljubljenem pevcu ali glasbeniku ali pa so uživali v biografiji na kanalu A&E o nekom, ki ga občudujejo.



Uporaba digitalnega pripovedovanja, kot pristop k biografijam pomaga preprečiti, da bi pisanje postalo le seznam nepovezanih dejstev. Ko učenci združijo rezultate svojih raziskav s slikovnim, zvočnim in drugim gradivom ter ustvarijo prepričljivo pripoved, spoznajo, da so tudi biografije lahko informativne in zanimive.

e) Ideja 5: Intervju



Naloge, ki od učencev zahtevajo, da povzamejo in posredujejo informacije v obliki poročila ali predstavitve, se zlahka opravijo s kopiranjem in lepljenjem iz izvirnega gradiva. Če od učencev zahtevate, da svoje raziskovalne rezultate predstavijo v obliki prvoosebnega intervjuja, bo »kopiranje in lepljenje« informacij veliko težje.

Tipičen intervju je srečanje dveh oseb z vprašanji in odgovori, vendar lahko definicijo razširimo tudi na živali, viruse ali celo zgodovinski artefakt. Intervju z nečloveškimi

predmeti, kot sta cepivo proti otroški paralizi ali čoln, s katerim je Washington prečkal Delaware, je odlična priložnost za izražanje učencev.

Pri prvoosebnem intervjuju morajo učenci informacije prevesti v lastne besede. Z njim se naučijo urejati, združevati in prednostno razvrščati dejstva in ideje. V svetu, preplavljenem z informacijami, intervju pomaga učencem spoznati, da je znanje o tem, katera vprašanja postaviti in kako jih postaviti, enako pomembno kot poznavanje vseh odgovorov.

f) Ideja 6: Oglasi za javne storitve

Številna današnja pomembna vprašanja, kot so podnebne spremembe in javno zdravje, presegajo učne meje med jezikom, naravoslovjem in družboslovjem. Izkoristite strasti učencev in jih prosite, naj ustvarijo javne oglase, ki bodo gledalce obveščali o teh vprašanjih in jih spodbujali k ukrepanju.

Da bi pripravili učinkovito sporočilo javnega značaja, morajo učenci postati močni sogovorniki, ki znajo z organizacijo, glasom in izbiro besed povečati ozaveščenost in spremeniti vedenje. Razvijanje te spretnosti je tudi pristen razlog za upoštevanje občinstva ter kombiniranje informativnega, pripovednega in prepričevalnega pisanja.



Nekaj primerov

Proces realizacije digitalnega pripovedovanja zgodb je lahko resnična podpora pri razvoju strokovnih kompetenc. To je način, kako jasno predstaviti lastni proces razmišljanja in procese drugih ter tako spodbuditi metakognicijo, pridobivanje tihega znanja in navsezadnje spodbuditi gradnjo ekipe. Tu bomo predstavili različne primere raziskav, ki se osredotočajo na digitalno pripovedovanje zgodb in skupinsko delo. Te študije so eksperimentalno izvedli strokovni akademiki in/ali usposobljeni trenerji v neformalnih oblikah izobraževanja. Tudi če se ciljne skupine med seboj razlikujejo, jih bo mogoče prilagoditi in uporabiti za različne ciljne skupine. S temi primeri želimo navdihniti učitelje, ki želijo uporabiti metodo digitalnega pripovedovanja zgodb v izobraževalnih okoljih.

a) Primer 1. Digitalno pripovedovanje zgodb za učinkovito gradnjo ekipe in razvoj kompetenc

Corrado Petruco z Univerze v Padovi v Italiji je leta 2013 izvedel eksperimentalno raziskavo o uporabi digitalnega pripovedovanja zgodb v skupini zdravstvenih delavcev: zdravnikov, veterinarjev, biologov, kemikov, dietetikov in preventivnih tehnikov iz regionalnega zdravstvenega sistema Veneta (severna Italija). S tega vidika je dober primer digitalnega pripovedovanja zgodb v izobraževanju odraslih.

Najprej so se posamezniki v raziskavi udeležili tečaja usposabljanja, na katerem so se naučili uporabljati preprosta programska orodja za ustvarjanje majhnih pripovednih videoposnetkov o svoji vsakodnevni poklicni praksi.

Med kratkim tečajem so imeli tudi uvod v naracijo, pri čemer so se naučili na primer napisati preprost storyboard po »slovnici zgodbe«, ki identificira nastavitev, glavne junake, konflikt in razrešitev, dogodke, začetek in konec. Za realizacijo lastnih digitalnih zgodb so sodelovali v majhnih skupinah po 4-5 ljudi in vsaka skupina je izbrala določeno delovno temo, ki je bila obravnavana v prejšnjih poklicnih izkušnjah. Da bi izbrali »najboljšo zgodbo«, ki bi jo razvili v digitalnem pripovedovanju zgodb, so drug drugemu pripovedovali »vojne zgodbe«; to pomeni, kot namiguje figurativni pomen, pripovedujejo zgodbe o izzivih, ki jih je pripovedovalec dobil na delovnem mestu, in o težavah, ki jih je moral premagati. Za vsako zgodbo so poskušali identificirati in razpravljati o najpomembnejših temah in kontekstu. Zgodba je bila lahko neposredno povezana z resničnimi problemi in možnimi rešitvami, v katere so bili vpleteni ali za katere so slišali od drugih, ki so bili neposredno vpleteni. Odločili so se lahko tudi, da napišejo »izmišljeno zgodbo«, vendar ohranijo vse prisotne elemente v resničnih kontekstih.

Po odločitvi, o čem bodo skupine govorile, so le te morale izbrati določeno občinstvo za digitalno pripovedovanje, ki bi ga ustvarile. Opredelili so štiri možne cilje: 1) vrstniki v skupnosti, 2) šola/študentje, 3) ustanove in živilska podjetja, 4) potrošniki in državljani. Od skupno 14 realiziranih videov jih je bilo kar 8 namenjenih tarči vrstnikov: to je veljalo za pomemben element, povezan z pripravljenostjo za izmenjavo izkušenj med člani skupnosti o specifičnih strokovnih postopkih, ki bi se lahko bistveno razlikovali med člani skupnosti iz različnih regionalnih področjih (na primer postopki pri kemičnem nadzoru vode, pri testiranju histamina v ribah, pri užitnosti gob, vzorčenju morskih sadežev itd.). Vsi videoposnetki so bili razvrščeni tudi glede na način, kako izpostavljajo težavo:

- večina 11 (79 %) predlaga problem, rešen na »razumen« način,
- medtem ko 2 (14 %) problem izrecno rešujeta, vendar ne na povsem zadovoljiv način,
- samo 1 (7%) je pokazal problem, za katerega še ni našel odgovora.



Zgornje ugotovitve potrjujejo, da je bila skupnost strokovnjakov zelo zainteresirana za uporabo digitalnega pripovedovanja zgodb na svojem delovnem mestu kot skupnega artefakta in generativnega procesa. Iz povratnih informacij udeležencev in intervjujev je bilo razvidno, da je omogočanje strokovnim delavcem, da se vživijo v pripoved nekoga drugega o določeni težavi, omogočilo razmislek o njihovih dejanjih v podobnih situacijah in nato o njihovih strokovnih praksah.

Zato je lahko proces izvajanja digitalnega pripovedovanja zgodb resnična podpora razvoju strokovnih kompetenc: skupno pisanje zgodb, ki opisujejo dejanski problem in njegovo možno rešitev, je način, kako jasno izraziti lastne procese razmišljanja in procese drugih ter tako spodbujati metakognicijo, pridobivanje tihega znanja in navsezadnje krepiti timsko delo.

b) Primer 2. Učinek projekta digitalnega pripovedovanja zgodb na spretnosti timskega dela





Erasmus+

Öztürk in Tunç (2017) sta izvedla raziskavo z namenom raziskati funkcijo projekta digitalnega pripovedovanja zgodb v spretnostih timskega dela dijakov likovne gimnazije in njihovih komunikacijskih veščinah. Udeleženci je bilo 19, vsi srednješolci. Realizirana sta bila dva projekta digitalnega pripovedovanja. Prvi je bil pilotni projekt in je trajal približno 12 tednov. Po prvem projektu je bila narejena evalvacija, drugi projekt pa je bil zasnovan s strogim urnikom in je trajal 10 tednov.

V obeh projektih so bile skupine razdeljene na oddelke glede na nalogo. To so; scenarij, storyboard, proces oblikovanja, vključno z oblikovanjem likov in ozadja, animacijo in montažo, vključno s tehničnim načrtovanjem, generična skupina (ta skupina je bila ustanovljena samo v glavnem projektu) in glasbeno oblikovanje s pripovedovanjem zgodb in glasbo v ozadju. Oblikovane so bile skupine in učenci so si razdelili naloge. Poleg tega so bili nekateri dijaki hkrati vključeni v različne skupine, saj sodelovalna narava procesa digitalnega pripovedovanja nima v sebi strogih pravil. Je torej fleksibilen v smislu ekip. Poleg tega niso delovali samo znotraj skupine; prišlo je tudi do interakcije z drugimi skupinami. Čeprav so nekatere skupine imele le enega dijaka, so bile vse odločitve sprejete kot celota. Poleg tega so zaradi deljenja nalog namesto individualnega dela na celotnem projektu vsi dijaki v vsakem projektu ustvarili eno digitalno zgodbo. Poleg tega so se redno srečevali enkrat tedensko in na teh srečanjih delili, kaj so naredili in kaj bodo v naslednjih fazah počeli. Eden od raziskovalcev jih je poskušal usmerjati pri njihovem delu in podal povratne informacije o njihovem delu. Na teh srečanjih je na kratko povedal tudi o tem, kaj je predvideno za prihajajoči teden.

Tabela 8. Postopek prijave (Öztürk and Tunç, 2017)

Teden	Dejavnosti
Prvi in drugi teden	Digitalno pripovedovanje so študentom predstavili s prikazom primerov. Poleg tega so bili projekt in njegove faze izčrpno razloženi.
Tretji in četrti teden	Skupine so bile oblikovane glede na interes učencev. Glavna tema je bilo določena z brainstormingom v razredu. Skupina za proces oblikovanja je začela pisati scenarij in tako začela z delom
Peti teden	Med delom scenarijev je bila predstavljena raziskava o vizualnih elementih.
Šesti teden	Scenaristi so scenarij predstavili razredu in jih prosili za komentarje. Glede na komentarje so bile narejene spremembe in dosegli so zadnjo različico scenarija. Oblikovalcem storyboardov je bilo rečeno, naj delajo na scenariju naslednji teden.
Sedmi teden	Oblikovalci zgodb so predstavili svoja dela razredu in se odločili za končne različice zgodb. Ker je bil narejen vizualni oris digitalnega pripovedovanja zgodb, so oblikovalci likov začeli opravljati svoj del obveznosti.
Osmi teden	Oblikovanje likov se je začelo pod nadzorom scenaristov. Takrat so učenci v montažni skupini poskušali najti programe, ki tehnično podpirajo digitalno pripovedovanje zgodb. Nadalje so učenci glasbene skupine začeli iskati glasbo.

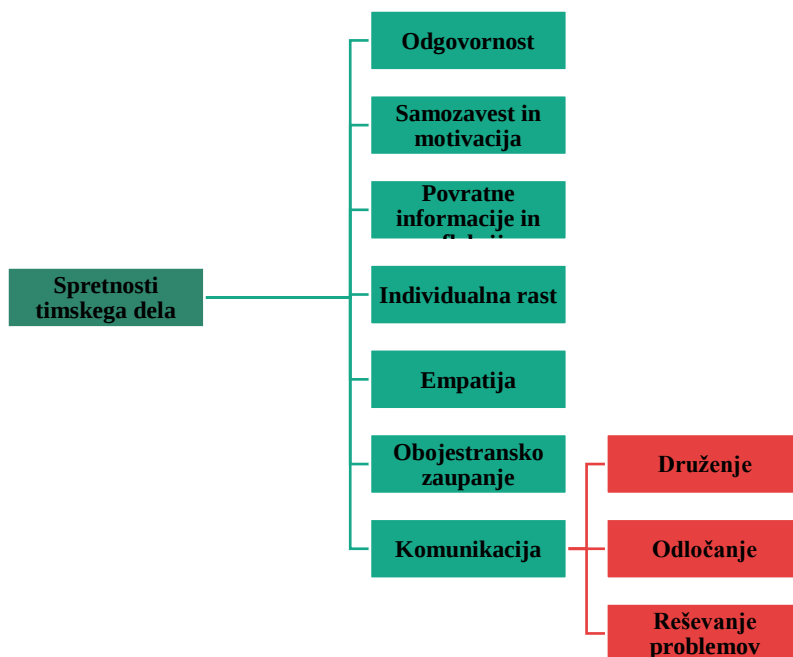


Deveti teden	Medtem ko se je oblikovanje likov nadaljevalo, je animacijska skupina začela delati. Programi v zvezi z montažo so bili nameščeni, testirala jih je skupina za tehnično načrtovanje. Dialoge v digitalnem pripovedovanju so ustvarili scenaristi
Deseti teden	Nadaljevale so se raziskave v zvezi s programi in procesi oblikovanja likov. Oblikovalci likov so nenehno prejeli povratne informacije od soigralcev in vodje projekta
Enajsti teden	Oblikovanje likov in postopek animacije sta bila končana, informacije o animaciji pa so dobili študenti v montažni skupini (vključno s tehničnim načrtovanjem in glasbo). Zato je montažna skupina začela delovati
Dvanajsti teden	V enem od računalniških programov so bile urejene slike, glasba pa izbrana iz arhivov, ki so jih ustvarili dijaki. Posnetek za pripovedovanje je bil narejen in učinek je bil uporabljen na posnetem glaslu. Na koncu so bili vsi materiali uvoženi v drug računalniški program za sestavljanje animacije

Po pilotnem projektu je bila narejena evalvacija glede na povratne informacije dijakov in zapiske raziskovalce. Raziskovalci so ugotovili, da je bilo za scenarij porabljenega več časa, kot je bilo pričakovano, in da načrta za projekt ni bilo mogoče dobro upravljati zaradi drugih tečajev študentov. Zato je bil glavni projekt, realiziran v spomladanskem semestru 2014-2015, zasnovan s strogim urnikom in se je nadaljeval 10 tednov. Glavni projekt je sledil skoraj enakim korakom kot pilotni, le dodali so zadnji del za izdelavo generika. Čeprav ti koraki niso edini postopki za izvajanje digitalnega pripovedovanja zgodb, jih lahko učitelji v svojih učilnicah uporabljajo za integracijo ali uporabo tehnologije za ustvarjanje digitalnega pripovedovanja zgodb.

Ugotovitve so pokazale, da je v tem projektu implementacija digitalnega pripovedovanja zgodb izboljšala veščine timskega dela z mnogih vidikov. Razvila je medsebojno zaupanje med člani ekipe in povzročila večjo odgovornost do članov skupine in do projekta. Omenjeno je bilo tudi, da so dijaki kot rezultat tega projekta razvili sposobnost, da so videli svoje napake in se učili od drugih članov. Poleg tega je ta projekt učencem pomagal pri izmenjavi svojih idej z drugimi člani, da bi dosegli boljšo rešitev. Naučili so se svobodno izražati in deliti svoje ideje; to je povečalo njihovo motivacijo. Poleg tega so resnično uživali pri sodelovanju v projektu, kar je povzročilo večjo vključenost v proces in več zadovoljstva pri timske delu. Na splošno je timsko delo v tem vzorcu izboljšalo spretnosti dijakov in pozitivno prispevalo k njihovem izobraževalnemu življenju.

Glede na ugotovitve te študije so se sposobnosti timskega dela dijakov povečale pri vidikih in z možnostmi, prikazanimi na spodnji sliki.



Slika 5. Timsko delo in z njim povezane veščine (Öztürk and Tunç, 2017)

c) Primer 3. Digitalno pripovedovanje zgodb z modelom igerifikacije timskega dela

Ta primer je novejši v primerjavi s prejšnjimi. Chujitarom (2020) je na Tajskem izpeljal zgodbo z namenom razvoja digitalnega pripovedovanja zgodb z uporabo modela igerifikacije timskega dela za spodbujanje inovativne računalniške umetnosti. V vzorčno skupino je bilo vključenih 6 strokovnjakov s sorodnih področij in 35 dodiplomskih študentov. Raziskovalno metodologijo lahko razdelimo na štiri faze:

Faza 1 je bila razvoj digitalnega pripovedovanja zgodb z modelom igerifikacije timskega dela za ustvarjanje inovacij v računalniški umetnosti. To je vključevalo:

- Študij teorij in sorodnih raziskav,
- Analiza in sintetizacija raziskovalnega okvira,
- Oblikovanje in razvoj modela, ki se osredotoča predvsem na digitalno pripovedovanje zgodb, timsko delo, igerifikacijo, računalniško umetnost, inovacije in oblikovanje poučevanja,
- Vzpostavitev merilnega orodja.

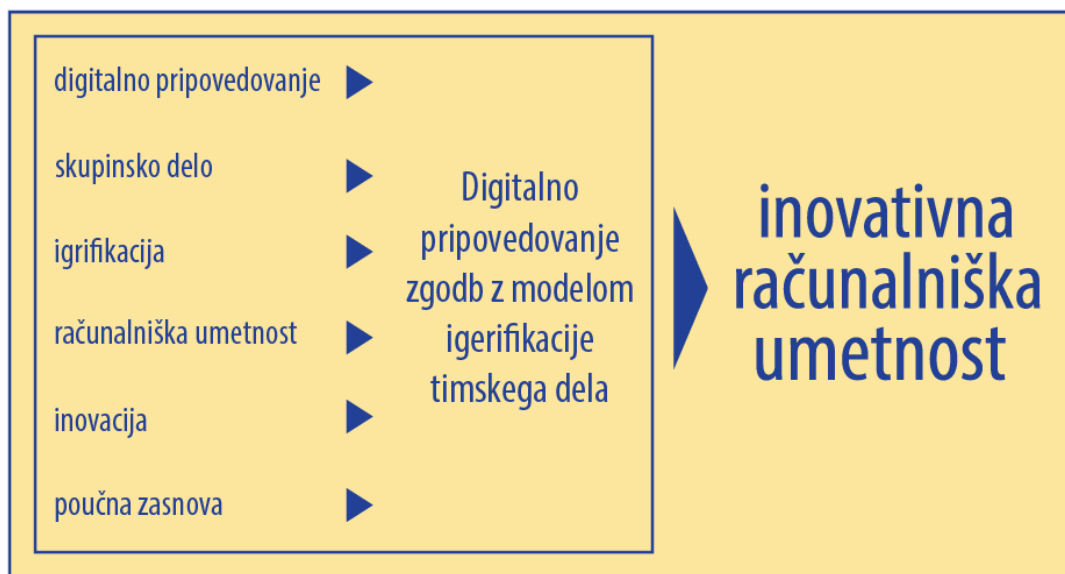
Faza 2 je bila vrednotenje in certificiranje digitalnega pripovedovanja zgodb z modelom igerifikacije timskega dela za spodbujanje inovativne računalniške umetnosti. To je vključevalo:

- Predložitev modela šestim strokovnjakom v oceno glede njegove primernosti.
- Razvoj modela po predlogih strokovnjakov
- Sintetiziranje modela v obliki diagrama.

Faza 3 je vključevala implementacijo modela z uporabo vzorčne skupine, sestavljene iz 35 dodiplomskih študentov, vpisanih v študijskem letu 2018 na Fakulteti za digitalno umetnost, Univerza Rangsit. Prosili so jih, naj drug drugemu pripovedujejo zgodbo z interpretacijo besedila pesmi. Ista pesem je bila uporabljena za celotno skupino. Vsaka oseba je lahko svojo zgodbo pripovedovala na ustvarjalen način, vključujoč poljubne like, po svoji osebni zamisli. Zato so vsi nastopili kot pripovedovalci zgodb in so bili pozvani, da ustvarijo zgodbo skozi proces digitalnega pripovedovanja.

Prav tako so bili odločeni, da bodo delali kot tim, saj so bili predani timskega uspehu in skupnim ciljem. Prav tako so bili soodvisni, izkazovali medosebne veščine, izkazovali odprto komunikacijo ter dajali in prejeli pozitivne povratne informacije. Razumeli so, da je ustrezna sestava ekipe bistvenega pomena za ustvarjanje uspešne ekipe, kot tudi predanost timskega procesom in izkazovanje vodenja in sprejemanje odgovornosti. Naloga je, da mora vsak napisati zgodbo in začeti ustvarjati kratko animacijo na podlagi lastnih ustvarjalnih idej, en stavek na pesem. Nato so vsi skupaj združili kratko animacijo in združili celotno pesem. Rezultat je en dolg glasbeni animacijski video, pri katerem so vsi sodelovali tako, da so razmišljali in ustvarili po en stavek. To prihrani čas, ko gre za ustvarjanje dolgega glasbenega animacijskega videa.

Faza 4 je merjenje inovativnosti računalniške umetnosti. 35 študentov, ki sestavljajo vzorec, si bo lahko ogledalo montažno animacijo, ki je rezultat računalniške umetniške inovacije iz razvitega modela. Potem bodo izpolnili vprašalnik, ki ima 2 možnosti „Da“ in „Ne“, sestavljen iz 3 vprašanj o rezultatu inovativnega računalniškega umetniškega izdelka. Izvirnost, Ekonomska ali družbena korist ter Ideja o znanju in ustvarjalnosti.





Erasmus+

Slika 6. Proces raziskovalnega modela (Chujitarom, 2020).

Vseh 6 strokovnjakov se je strinjalo, da je izdelan model na najvišji ustrezni ravni glede ustvarjanja računalniške umetniške inovacije. 35 študentov v vzorcu se je strinjalo, da je rezultat razvitega modela na visoki ustrezni ravni v smislu krepitve inovativne računalniške umetnosti. Iz vseh ugotovitev je mogoče sklepati, da lahko uporaba digitalnega pripovedovanja zgodb v igrifikaciji in timske delu vodi do kakovostne inovativne računalniške umetnosti. To lahko prihrani čas proizvodnje, zmanjša proračun, poveča produktivnost, spodbudi izvirnost in je koristno za današnje gospodarstvo. Posledično se lahko digitalno pripovedovanje zgodb, gamifikacija in timsko delo uporabijo za ustvarjanje inovativne računalniške umetnosti. To bo na več načinov pripomoglo k razvoju digitalnega gospodarstva.

d) Primer 4. Skupni digitalni video projekt v tehnološkem učnem okolju

V tem poročilu sta Hafner in Miller (2011) razložila načrtovanje učnega načrta in izvajanje tečaja angleščine za znanost in tehnologijo na univerzi v angleščini v Hongkongu. Pomemben del tečaja je bil digitalni video projekt, osredotočen na študente. V video projektu so študentje ustvarili in delili multimodalni znanstveni dokumentarec. V projektni proces so vključili vrsto novih tehnologij in platform Web 2.0 (vključno z YouTube in Edublogs), da bi ustvarili tehnološko bogato učno okolje. Udeleženci te študije so bili izbrani iz skupine 67 univerzitetnih študentov naravoslovja, ki so sodelovali pri tečaju.

Tečaj je bil primarno organiziran v okviru študentskega projekta English for Science. Študentje so prejeli projektni poziv, podoben navodilom za praktično laboratorijsko ali projektno delo v lastnih disciplinah, ki podrobno opisuje postopek enostavnega eksperimenta. Za dokončanje projekta so učenci delali v skupinah po trije:

1. opraviti raziskavo o ozadju in razviti hipotezo za eksperiment;
2. izvesti poskus, dokumentirati postopek in rezultate;
3. predstavi ugotovitve sošolcem v obliki multimodalnega znanstvenega dokumentarca (skupinsko delo v 7. tednu predmeta) in pisnega znanstvenega poročila (individualno delo v 14. tednu).

Sprejeti so bili številni ukrepi za olajšanje sodelovalnega učenja pri projektu digitalnega videa. Da bi študentom pomagali pri oblikovanju projektnih timov, smo jih prosili, naj razmislijo o vlogah, ki bi jih morali opraviti pri dokončanju projekta: raziskovalec, terenski delavec, scenarist, režiser, igralec, snemalec in montažer. Študentom so svetovali, naj identificirajo soigralce z komplementarnimi interesi in veščinami. Da bi študentom pomagali pri upravljanju časa, smo zagotovili jasne cilje za različne faze projekta in pregledali napredek z učenci v razredu. Od študentov se je na primer pričakovalo, da bodo zbiranje podatkov zaključili do 4. tedna tečaja in razvili svoj scenarij do 5. tedna. Nazadnje, da bi študentom pomagali pri spremljanju skupinske dinamike v njihovi ekipi, smo jih prosili, naj ocenijo učinkovitost delovanja njihove ekipe, tako da izpolnijo kratek vprašalnik o morebitnih težavah. Glavni namen te zadnje strategije je bil dvigniti ozaveščenost študentov o možnih težavah in zagotoviti platformo za razpravo o takih problemih, če bi se pojavila potreba.





V fazi načrtovanja so se učenci naučili uporabljati različne internetne iskalnike in spletne baze podatkov, da bi našli in ovrednotili informacije, pomembne za njihov eksperiment. Ta proces je podprla bralna delavnica v razredu, ki je bila v obliki spletnega iskanja (Dodge, 1995). Namenjena je bila razvoju veščin kritične pismenosti. V fazi snemanja in montaže so se učenci naučili uporabljati DV kamere za zajemanje slik in filmov ter programsko opremo za urejanje za dodajanje pripovedi, glasbe, besedila in preprostih učinkov, kot so prehodi. Ta proces sta podprli dve video delavnici v razredu: prva delavnica v 3. tednu je bila osredotočena na ustvarjanje digitalne zgodbe z uporabo Photostory 3 za Windows. Druga, v 6. tednu, je bila seja za odpravljanje težav. Poleg tehnoloških orodij, uvedenih v razredu, je bila zagotovljena tehnična podpora za vrsto drugih orodij (npr. Windows MovieMaker, iMovie) s spletnimi vodniki in posnetki zaslona na spletnem mestu predmeta, študente pa so spodbujali, da raziščejo in uporabljajo tudi ta orodja. . Na koncu so študenti v fazi deljenja svoje videoposnetke naložili na kanal tečaja YouTube. Ti so bili nato vgrajeni v spletni dnevnik predmeta, ki študentom omogoča objavo komentarjev in povratnih informacij o končnih izdelkih. Ta spletna objava je bila dopolnjena z osebno izmenjavo razredu, v kateri so si učenci ogledovali dokumentarne filme drug drugega in posredovali povratne informacije. Namen tega srečanja je bil omogočiti študentom priložnost, da predstavijo svoje delo in proslavijo zaključitev dokumentarnih filmov.

Komentarji študentov so pokazali, da se jim zdi projekt digitalnega videa nov, zabaven, zahteven in smiseln. Njihovi komentarji tudi kažejo, da so veliko vložili v projekt digitalnega videa in so bili motivirani, da prevzamejo nadzor nad številnimi vidiki svojega učenja: samostojno vadijo in uporabljajo angleščino pri pripravi svojih videov, samostojno raziskujejo po internetu in iščejo informacije, delajo kot ekipa za spremljanje učenja drug drugega, pridobivajo in zagotavljajo vrstniško podporo pri vprašanih jezika in vsebine, z uporabo spletnega dnevnika tečaja kot spletnega prostora za razmislek o učenju. Ta poročila kažejo, da

so projekt digitalnega videa in s tem povezano tehnološko učno okolje študentom omogočili, da prevzamejo nadzor nad svojim učenjem in da so študenti to izkoristili za uveljavljanje svojih sposobnosti kot avtonomnih učencev.

e) Primer 5. IOGGA- Povej mi svojo zgodbo



IOGGA (Inside Out: Growing Gender Awareness) je bil tečaj usposabljanja, ki ga je odobrila Evropska komisija in je vključeval 24 udeležencev iz 9 držav. Potekal je v Felsöörsu na Madžarskem, vodila in gostila ga je Anthropolis Association. V tem neformalnem učnem okolju je bil cilj usposabljanja povečati zavest o spolu v dejavnostih z mladimi, ki jih izvajajo družbeni akterji v Evropi. Eden od posebnih ciljev je bil razmislek o osebnih zgodbah in stereotipih v



Erasmus+

naših družbenih okoljih. Za dosego tega specifičnega cilja je bila oblikovana in izvedena dvourni seja. Udeleženci so bili razdeljeni v 6 skupin, tako da je imela vsaka 4 člane.

- Vsak član vsake skupine je svoji skupini delil spomin na svoje življenje
- Vsak član skupine je začel pripovedovati zgodbo drugega na tabli (z uporabo besedila, risb, simbolov itd.)
- Drugi člani skupine so med seboj dodajali zgodbe s svojimi pogledi in domišljijo.
- Tako je vsak član skupine videl svojo zgodbo skozi oči in domišljijo treh različnih ljudi.
- Zgodbe na tablah so bile zbrane, njihove fotografije pa so bile posnete in prenesene na digitalne medije. Tako so imeli vsi, ki so se udeležili usposabljanja, digitalno zgodbo.

Kot je razvidno, se je digitalna zgodba tukaj prenesla v digitalno okolje, potem ko je bila ustvarjena s konkretnimi materiali, kot so papir in pisala, namesto da bi bila ustvarjena neposredno v digitalnem okolju. To je ena od metod, ki se lahko uporablja pri digitalnem pripovedovanju zgodb. Ob koncu te seje se je povečala komunikacija in sodelovanje med udeleženci; oblikoval se je timski duh; povečala sta se medsebojno zaupanje in empatija, z naslednjimi sejami pa je bila dosežena tudi večja učinkovitost.

Literatura

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.





Erasmus+

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).



