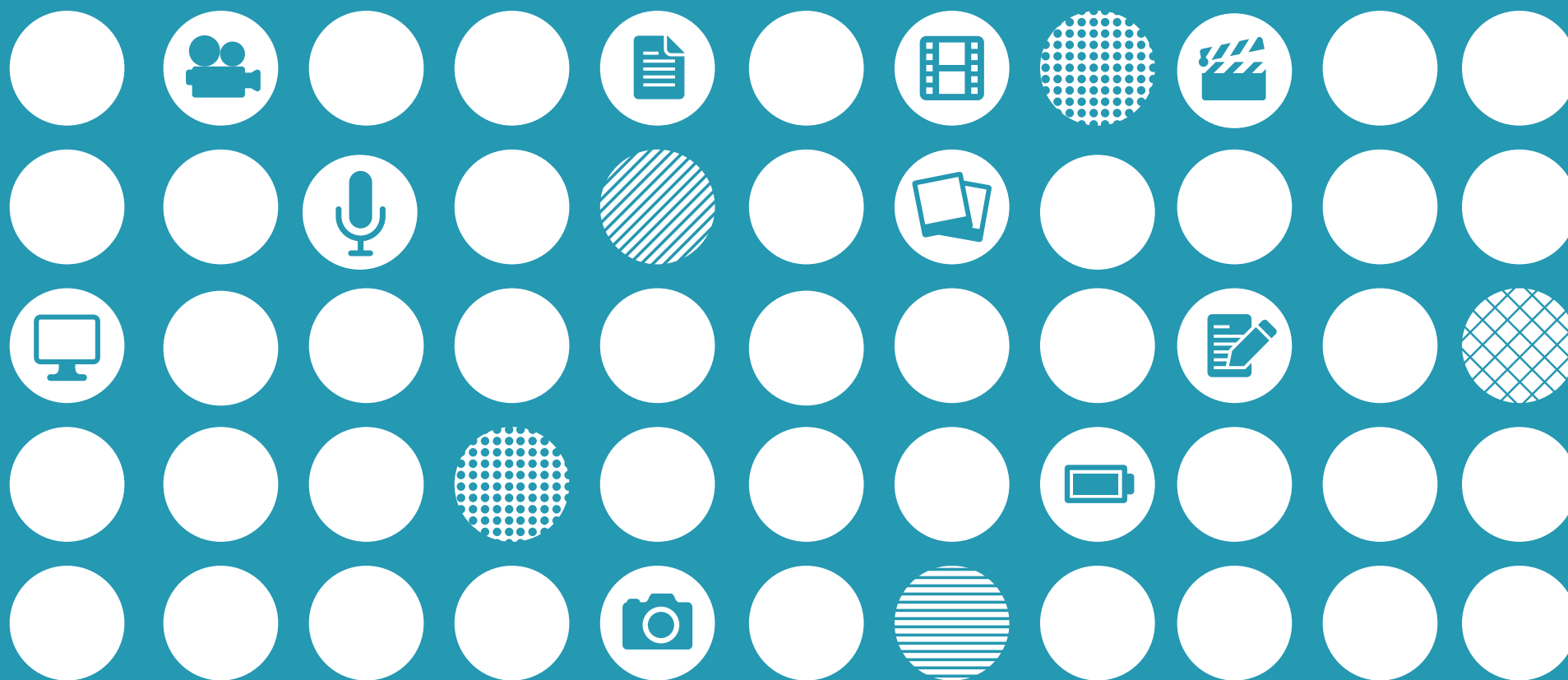


2. MODULIS DIGITĀLO STĀSTU VEIDOŠANA



MEDIJPRATĪBA
PADZIĻINĀTAIS KURSS

Saturs

2 MODULIS DIGITĀLO STĀSTU VEIDOŠANA

2.1 Ievads. Digitālie stāsti Lpp.46

2.1.1 Kas ir digitālais stāsts

2.1.2 Digitālo stāstu loma medijpratības veicināšanā

2.2 Stāsta veidošanas tehnika Lpp.50

2.2.1 Laba stāsta elementi

2.2.2 Digitālo stāstu veidi

2.3 Intervija un reportāža Lpp.55

2.3.1 Intervija

2.3.2 Reportāža

2.4 Mediju ziņas Lpp.59

2.4.1 Digitālā stāsta veidošanas posmi

2.5 Aktivitātes Lpp..67

2.6 Izmantoto informācijas avotu saraksts Lpp.69

2.1 Ievads. Digitālie stāsti

Līdz ar jaunu plašsaziņas līdzekļu ienākšanu mūsu dzīvē arvien populārāka kļūst 3 - 5 minūšu garu video stāstu veidošana. Šos stāstus var veidot par personīgiem jautājumiem - notikumiem savā dzīvē, ģimenes svinībām, ceļojumu piedzīvojumiem, profesionālo karjeru vai arī izveidot izdomātu stāstu. Videoklipus var veidot arī izglītības vai profesionāliem mērķiem, piemēram, video CV.

Šajā apmācību modulī jūs uzzināsiet, kā, izmantojot jaunus digitālos rīkus, ikviens pārlicinošā un emocionālā veidā var izstāstīt savu "patieso stāstu". Šajā modulī tiks analizēts, kādi elementi ir kopīgi mutiskajam stāstījumam, rakstiskajam un digitālajam stāstam, kādas prasmes jums ir nepieciešamas, lai izveidotu digitālo stāstu, un kāda ir šo prasmju loma mediju pratības veidošanā, kas ir viena no galvenajām un visnepieciešamākajām prasmēm 21. gadsimtā.

Šajā modulī tiks apskatītas digitālo stāstu veidošanas prasmes, sākot ar idejas ģenerēšanu un tēmu analīzi. Uzzināsiet būtiskākos aspektus, kas jāņem vērā, lai radītu emocionālu un spēcīgu digitālo stāstu.

Šādu stāstu veidošanas procesā ir vairāki soļi - pirmie no tiem ir saistīti ar ideju radīšanu, informācijas vākšanu un apkopošanu. Šajā procesā var būt noderīgi grafiskie informācijas organizatori, kas palīdz organizēt un sakārtot informāciju, pārvērst lielu daudzumu šķietami nesakarīgu datu strukturētā, vienkārši uztveramā, vizuālā attēlojumā. Pēc tam tiek veidota stāsta karte, kam seko nākamais solis - teksta, kas tiks

ierunāts un pievienots stāstam, uzrakstīšana. Ja vēlaties veidot digitālu stāstu, tad pirms sākas tā tehniskā īstenošana, autoram ir "jāredz" stāsts jau pabeigtā veidā. Tas nozīmē, ka ir jāizlemj, kādi mediji - skaņa, video, fotogrāfijas, grafiskie un interaktīvie risinājumi ir nepieciešami.

Šajā modulī tiks apskatītas dažas praktiskas metodes, piemēram, kā viegli izveidot stāsta karti un filmas scenāriju.

2.1.1 Kas ir digitālais stāsts

Pastāsti man faktus, un es tos atcerēšos.

Pasaki man patiesību, un es ticēšu.

Izstāsti man stāstu, un tas dzīvos manā sirdī mūžīgi (Indiāņu sakām-vārds).

Jau kopš senseniem laikiem cilvēki stāsta stāstus - attēlo notikumus vārdos un tēlos. Mēs stāstām un klausāmies stāstus diendienā - satiekam draugus un stāstām par sevi, par to, kas ir noticis vai aprakstām, kā mēs kaut ko darām. Dažreiz mēs vēlamies ieskatīties nākotnē un iedomāties, kāda tā varētu būt. Stāsti tiek stāstīti par personīgo dzīvi, izmantoti mācību nolūkos klasē, lai informētu sabiedrību par notikumiem, atklājumiem, izgudrojumiem, labo praksi un daudz ko citu. Stāstu tehniku mēs izmantojam arī mūsu profesionālajā dzīvē.

Dažos gadījumos dokumentēšanas un pieredzes apmaiņas process var būt diezgan akadēmisks un lasītāju pilnīgi neiedvesmojošs. Fakti un analītiskais aspekts, protams, ir svarīgi, bet, lai labo praksi padarītu neaizmirstamu, pārlicinošu un iespaidīgu, ir nepieciešams pievienot savu personīgo attieksmi.

Stāstniecība ir arī sena mākslas un komunikācijas forma, kas tiek izmantota kā izklaides un izglītības līdzeklis, rīks, ar kura palīdzību nākamajām paaudzēm tiek nodotas kultūras un morālās vērtības un kas palīdz dalīties zināšanās un pieredzē. Stāstniecība laika gaitā ir attīstījusies kopā ar tehnoloģiju attīstību. Ir pierādīts, ka sākotnēji cilvēce sazinājās izmantojot ķermeņa valodu, pēc tam sāka izmantot mutvārdu komunikāciju, un tad izgudroja rakstu zīmes, ko izmantoja rakstveida saziņā. Līdz ar jauno mediju tehnoloģiju sasniegumiem attīstījās arī digitālā komunikācija.

Digitālo stāstu stāstīšanas asociācijas pārstāve Leslie Rule ir teikusi, ka "digitālie stāsti ir senās stāstu mākslas mūsdienu izpausme. Digitālie stāsti savu spēku gūst "saaužot" kopā attēlus, mūziku, stāstījumu un balsi, tādējādi stāsta tēliem, situācijām, pieredzei un viedoklim piešķirot dziļumu un spilgtas krāsas".¹

Digitālie stāsti ir radušies no mutvārdu stāstiem. To pamatu veido stāstīšanas māksla, bet pievienojot jaunus pieejamos multimediju rīkus un metodes, mēs veidojam digitālo stāstu. Tajā tiek apvienoti vairāki elementi: teksts, attēls, skaņa, balss un kustīgi (video) attēli. Katram no elementiem stāstā ir sava unikāla loma un tie visi kopā padara stāstu iespaidīgu un atmiņā paliekošu.

Ja uz digitālo stāstu skatāmies plašākā perspektīvā, tad terminu var attiecināt uz dažādiem jauna veida digitālā stāstījuma veidiem, piemēram, stāsti, kuriem pamatā ir teksts - blogi, tīmeklī veidotie stāsti, interaktīvie stāsti, hiperteksts, datorspēles, kurās iekļauts stāstījums, audio un video podkāsti u.c. Digitālajos stāstos var iekļaut tikai dažus elementus, piemēram, tekstu, attēlus, audio materiālu. Ne vien-

mēr digitālajos stāstos, lai tie būtu efektīvi, spēcīgi un neaizmirstami jāiekļauj audio vai video. Var būt arī stāsti, kuros izmantoti tikai attēli, un stāsts tiek izstāstīts izmantojot attēlu spēku.

Informācijas avotos ir sastopamas dažādas digitālo stāstu definīcijas, bet tajās visās ir minēta viena kopīga iezīme - ideja apvienot seno stāstīšanas mākslu ar kādu no daudzajiem pieejamajiem multimediju rīkiem vai līdzekļiem: grafiskajiem attēliem, audio, video, animācijām un publicēšanu tīmeklī.

Ja pirms kāda laika digitālos stāstus un filmas veidoja tikai profesionāļi, tad mūsdienās visu vecumu cilvēki ar dažādu pieredzi, balstoties uz saviem dzīvesstāstiem vai iztēli, var radīt stāstus izmantojot datorus, digitālās kameras, ierakstīšanas tehniku un programmatūru. Izmantojot internetu, cilvēkiem ir lieliska iespēja dalīties ar saviem stāstiem.

Joe Lambert, kas ir Digitālo stāstu stāstīšanas centra līdzdibinātājs, paredz, ka "digitālie stāsti ne pārāk tālā nākotnē būs galvenais pasaules iedzīvotāju vaļasprieks".²

¹ Digital Storytelling. Available at <http://electronicportfolios.com/digistory/>

² Digital Storytelling. Available at <http://members.shaw.ca/dbrear/dst.html>

2.1.2 Digitālo stāstu loma medijpratības veicināšanā

Lai arī mūsdienās cilvēki aizraujas ar digitālo stāstu veidošanu, un tas varētu šķist jautri un viegli izdarāmi, tomēr, lai izveidotu pārlicinošu un iespaidīgu stāstu, ir nepieciešamas būtiskas intelektuālās prasmes.

Lai izveidotu efektīvu un emocionāli spēcīgu digitālo stāstu, ir jāapgūst daudz dažādu prasmju. Tās ir prasmes, kas nepieciešamas, lai radītu mums tik zināmos tradicionālos mutvārdu un rakstveida stāstus, kā arī digitālās, mākslinieciskās prasmes, komunikācijas un kritiskās domāšanas prasmes.

Digitālais stāsts ir mutvārdu prezentācijas un mediju kombinācija, bet tā pamatā ir stāsts, kas ietver noteiktu ainu iedomāšanos vai atcerēšanos un to aprakstīšanu spilgtā un auditorijai atmiņā paliekošā veidā. Veidojot stāstu, jums ir jādomā par saturu - kā darbojošās personas (stāsta varoņus) saistīt ar vidi un notikumiem, kā tie mijiedarbosies un papildinās viens otru. Tas attīsta prasmes sakārtot darbības un notikumus noteiktā secībā, veidot loģiskus un pārlicinošus argumentus.

Ja rakstu valoda galvenokārt balstās uz vārdiem, tad stāstot savu stāstu kādam citam cilvēkam, jūs aprakstiet ainas, izmantojot mutvārdu valodu, kas atšķiras no rakstu valodas. Mutvārdu valodai ir savi darbības principi, stiprās puses un ierobežojumi, kā arī daudzi komunikatīvie elementi, kas papildina vārdus, piemēram: balss tonis, sejas izteiksme, žesti, ķermeņa valoda, acu izteiksme, orientācija telpā (vēršanās pret klausītāju vai prom no klausītāja).

Turklāt daudzi no mutvārdu runas komunikatīvajiem elementiem, piemēram, balss tonis, ir pietiekami spēcīgi, lai pilnībā pārspētu vārdus.

Digitālo stāstu veidošanas procesā tiek rakstīts stāsta plāns un scenārijs, un šajā procesā ir nepieciešamas labas rakstīšanas un valodas lietošanas prasmes.

Trīs galvenās jomas, kas, rakstot stāstu, ir ārkārtīgi svarīgas: valodas lietošana, auditorijas noteikšana un viedokļa formulēšana.

Valodas lietojums rakstīšanā ietver vārdu krājumu un stāsta loģisko uzbūvi. Auditorija ir lasītāju, klausītāju un skatītāju kopums, pie kā autors vērsas. Svarīgi ir saprast, kāds ir jūsu mērķis. Digitālā stāsta scenārija rakstīšana, pārskatīšana un rediģēšana palīdz organizēt stāstu. Digitālais stāsts ir radošās rakstīšanas un personīgo pārdomu sinerģija, kas izteikta skaidrā un loģiski strukturētā veidā. Akadēmiskajos, izglītojošajos digitālajos stāstos rakstīšana tiek izmantota, lai plānotu, veidotu scenāriju un izveidotu stāstu, kas parāda izpratni satura jomā.

Galvenie jautājumi, kas būtu sev jāuzdod, lai pārbaudītu stāsta struktūru un saturu:

Vai tas ir vērst uz konkrētu auditoriju?

Vai tas ir loģiski strukturēts?

Vai doma ir izteikta skaidri un kodolīgi?

Uzrakstīts stāsts kļūst vēl aizraujošāks, ja tiek izmantoti vizuālie attēli, kas ir kļuvuši par dominējošo komunikācijas formu daudzos medijos un formātos.

Vizualizēšana, pirmkārt, ir jāuzlūko kā prasme, kā konstruktīvs process, kurā indivīds atlasa un sistematizē domas, informāciju, datus vai atziņas subjektīvi racionālā (arī mākslinieciskā) formā. Tas ir process, kurš nodrošina domas tālāku attīstību.

Otrkārt, vizualizēšanu var aplūkot kā produktu, ko izmanto, lai citiem nodotu informāciju vai saistošā un uzskatāmā formā prezentētu ziņas.

Treškārt, vizualizēšanu var aplūkot kā vispārīgu mācīšanās prasmi, kas attīstāma mācību procesā, lietojot gan zīmuli un papīru, gan informācijas tehnoloģijas. Veidojot digitālo stāstu, jums ir jāinterpretē, jāveido vai jāizvēlas attēli, lai auditorijai nodotu informāciju, stāsta jēgu. Digitālie stāsti būtībā ir multimediju mākslas projekti, kuru pamatā ir stāsts. Nav svarīgi, kādas tehnoloģijas būs pieejamas nākotnē. Mēs centīsimies stāstīt stāstus, izmantojot tās tehnoloģijas, kas pieejamas šodien.

Līdz ar mūsdienu tehnoloģiju attīstību ir pieejami dažādi rīki, ar kuru palīdzību var veidot lieliskus digitālos stāstus. Prasmes, kas nepieciešamas, lai radītu digitālo stāstu: sameklēt, apkopot un apstrādāt informāciju, izmantot to kritiski un sistēmiski, novērtēt tās atbilstību un atšķirt reālo no virtuālā, vienlaikus apzinoties to saistību. Jums ir jāprot izmantot dažādus rīkus, lai radītu, prezentētu un saprastu sarežģītu informāciju, jāprot sameklēt un izmantot interneta pakalpojumus.

IKT izmantošanai nepieciešama kritiska un pārdomāta attieksme pret pieejamo informāciju un atbildīga interaktīvo plašsaziņas līdzekļu izmantošana.

Lai 21. gadsimtā gūtu panākumus, būtiska ir digitālo prasmju apguve augstā līmenī. Digitālā stāstniecība, tāpat kā tradicionālā stāstniecība, ir radošs process un vingrināšanās komunikācijas prasmju pilnveidē. Autoriem nepieciešams prast vizualizēt un izmantot savu iztēli.

Komunikācijai ir svarīga loma digitālo stāstu veidošanā. Jums ir nepieciešams apspriest idejas, analizēt, kritizēt, sniegt informāciju un izklāstīt savu unikālo viedokli. Tas tiek darīts diskutējot ar grupas biedriem vai kolēģiem. Publicējot savu digitālo stāstu interneta vidē, jūs to padarāt publisku.

Tas nozīmē, ka kļūstat par plašākas sabiedrības locekli, kam ir savs viedoklis un atbildības sajūta pret citiem, reizē sniedzot arī pozitīvu ieguldījumu digitālajā kultūrā.

No otras puses, lai efektīvi un skaidri izteiktu un nodotu citiem savu ideju, jums ir nepieciešamas ļoti praktiskas prasmes - kā atbilstoši izmantot pieejamos rīkus, pareizu valodu un ņemt vērā visus citus aspektus efektīvas komunikācijas panākšanai.

Veidojot digitālos stāstus ir svarīgi redzēt un saprast tehnoloģiju un mediju milzīgo spēku - kā tie ietekmē mūsu domāšanu, emocijas un jūtas. Tā kā mediji ir ļoti spēcīgi, mums ir īpaši jāapzinās to pārliecināšanas spēks un jākontrolē, kā tas ietekmē mūsu pašu dzīvi.

21. gadsimtā ir nepieciešama prasme piemērot kritērijus atbildīgai

IKT izmantošanai, atpazīt iespējamus riskus, kā arī izmantot uzvedības normas, kas veicina atbilstošu sociālo komunikāciju tīmeklī. Kritiskā domāšana, atbildība un lēmumu pieņemšana ir prasmes, kas ar to saistītas.

Mediju pratība ietver prasmi piekļūt, analizēt, izvērtēt un arī veidot medijus.³ Šajā jomā izglītoti cilvēki var kritiski analizēt to, ko viņi lasa grāmatās, avīzēs, žurnālos, redz un dzird televīzijā, radio, filmās, reklāmās, video spēlēs, internetā, kā arī novērtēt jaunās tehnoloģijas, kas ienāk mūsu dzīvē. Tā ietver arī prasmju apguvi, kā izveidot ziņojumus, izmantojot drukas rīkus, audio, video un citus multimediju rīkus.

2.2 Stāsta veidošanas tehnika

2.2.1 Laba stāsta elementi

Kā šodien digitālajā laikmetā var pastāstīt stāstu, kas izceļas citu vidū, piesaista cilvēku uzmanību un tos aizrauj? Jāizprot, ka digitālais stāsts apvieno stāstu stāstīšanas mākslu ar radošu digitālo rīku izmantošanu, kad tiek apvienoti digitālie un grafiskie attēli, teksts, ieskaņots autora stāstījums, izmantots video, kadru pārejas un mūzika. Lai izveidotu stāstu par konkrētu tēmu, ļoti svarīga ir gan stāstīšanas māksla, gan digitālo rīku izmantošana - tikai pareizs līdzsvars starp aizraujošu stāstu un jēgpilnu digitālo rīku izmantošanu var radīt spēcīgu digitālo stāstu.

Atkarībā no mērķa un mērķauditorijas stāstu veidošanā ir bezgala daudz

pieeju, bet ir daži pamatelementi, kas stāsta plānošanas un rakstīšanas laikā, kad tiek izstrādāti un pārskatīti teksti, veidots scenārijs, būtu noteikti jāievēro. Šajā posmā stāstnieks izlemj, par ko tiks stāstīts un kā stāsts kopumā izskatīsies. Kad teksts un scenārijs ir gatavs, var sākt veidot stāstu, izmantojot dažādus digitālos rīkus. Digitālā stāsta veidošana nav vienkāršs process, kurā var izmantot noteiktu recepti vai formulu. Jāpieliek daudz laika un pūļu, lai izlemtu, kā dažādie elementi veidos katra stāsta struktūru, kā atrast līdzsvaru starp šiem elementiem.

Ir vairāki ieteikumi, kas jāņem vērā, lai radītu efektīgu un spēcīgu digitālo stāstu:

- Digitālajam stāstam tāpat kā tradicionālajam stāstam ir noteikta struktūra: sākums, vidus un beigas.
- Stāsta sākumdaļai jāaizrauj skatītājs. To var panākt, uzdodot jautājumu, piedāvājot dilemmu vai pretrunīgu apgalvojumu. Tas liktu skatītājiem turpināt skatīties, lai redzētu, kā problēma tiek atrisināta.
- Stāsta vidusdaļa parasti apraksta notikumu gaitu: Kas notika? Kā problēma tika atrisināta?
- Stāsta beigu daļa atklāj risinājumu un secinājumus: Kā situācija tika atrisināta? Stāsta beigām ir arī jāatklāj jūsu ideja vai galvenā doma.
- Stāsti nav tikai faktu izklāsts. Stāsti tiek stāstīti, lai sniegtu kādu vēstījumu. Ļoti svarīgi ir noformulēt galveno ideju vai galveno domu, ko vēlaties nodot auditorijai. Pārdomājiet, pie kādas mērķauditorijas ar savu stāstu jūs vērsaties un virziet stāstu uz šo konkrēto auditoriju.

³ Media Literacy: A Definition and More. Available at <http://www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more>

- Labs digitālais stāsts sākas kā labs stāsts, kas atklāj personīgo pieredzi. Viena no digitālā stāsta unikālajām iezīmēm ir tā, ka katrā stāstā tiek pausts personīgais viedoklis vai skatījums par to, kā šis stāstā attēlotais īpašais notikums vai situācija skar stāsta autoru, līdzcilvēkus vai cilvēci kopumā. Veidojot digitālos stāstus, ieteicams balstīties uz cilvēka paša pieredzi un izpratni, atklāt rakstnieka vai stāstnieka personīgo viedokli. Stāstot stāstu, ir būtiski izmantot pirmās personas vietniekvārdu "es", nevis stāstīt trešajā personā. Digitālais stāsts atklāj rakstnieka vai autora viedokli, nevis vienkārši piedāvā faktus par kādu tēmu.
- Labs stāsts rada intrigu vai spriedzi ap situāciju, kas tiek atklāta stāsta sākumā un atrisināta beigās, dažreiz ar negaidītu pavērsienu. Neatrisināmas vai intriģējošas situācijas, spriedze piesaista un notur skatītāja uzmanību līdz pat stāsta beigām.
- Visefektīvākie digitālie stāsti auditorijā izraisa neaizmirstamas emocijas. Emocionālais saturs var palīdzēt noturēt auditorijas uzmanību. Dažādie elementi, piemēram, attēli, efekti, mūzika un balss intonācija emocionāli bagātina stāstu, izraisot smieklus, asaras, prieka izpausmes vai citas emocijas.
- Labā stāstā ideja vai doma jāatklāj maksimāli konkrēti un īsi. Dažkārt digitālajā stāstā galveno ideju skatītājiem var efektīvi, skaidri un spēcīgi nodot, izmantojot tikai dažus attēlus, dažus vārdus un vēl mazāk specefektu. Stāstā nav nepieciešams atklāt vissīkākās detaļas, ļaujiet vaļu skatītāju iztēlei, ko veicina saklausāmās skaņas vai attēlotā vide. Stāsta saīsināšanas būtība slēpjas mākslā saglabāt stāsta jēgu, tajā pat laikā domas izteikšanai kopā ar attēlu un skaņu izmantojot mazāk vārdu. Saīsināšana gan iesācējiem, gan pieredzējušiem rakstniekiem ir visgrūtākais uzdevums. Ierobežojumu noteikšana digitālajiem stāstiem palīdz padarīt veidošanas procesu pārskatāmu un vadāmu, un tas arī ļauj skatītājiem noskatīties stāstus īsā laika posmā. Lai izveidotu īsu un kodolīgu stāstu, autoram jāizlemj, kas ir būtiski un ko var izlaist. Kompakts, dinamisks digitālais stāsts saturēs tikai tos elementus, kas nepieciešami, lai no stāsta sākuma līdz beigām noturētu auditorijas uzmanību.
- Stāsta ritms ir tas, kas notur auditorijas uzmanību un interesi. Jābūt uzmanīgiem, lai nepadarītu stāstu "monotonu", kas var būt sinonīms vārdam "garlaicīgs "; jo nemainīgs temps nevar noturēt auditorijas uzmanību. Ir svarīgi ievērot līdzsvaru starp stāsta garumu un tempu. Stāstnieki-iesācēji bieži mēģina savu tekstu iekļaut divu minūšu digitālajā stāstā, lasot to, cik ātri vien iespējams. Stāsta saīsināšana tiek panākta uz tempa rēķina un šāda pieeja arī neļauj autoram variēt vai mainīt tempu. Šos aspektus ir svarīgi pārdomāt jau tekstu rakstīšanas un pārskatīšanas procesā, lai digitālā stāsta veidošanas procesā runas temps būtu dabisks un to varētu variēt. Mainot tempu vairākās stāsta vietās, var veicināt dažādu emociju rašanos auditorijā. Mūzika, temps, runas ātrums, attēlu rādīšanas ilgums, panoramēšanas un attālināšanas ātrums palīdz veidot tempu. Parasti temps ir konsekvents visā stāstā, bet dažreiz var arī iestāties pauze, temps var paātrināties vai samazināties.
- Tā kā digitālie stāsti atklāj personas emocijas, pieredzi, attieksmi, tad stāstītāja balsij (augstumam, diapazonam, tembram) ir būtiska nozīme, lai ļoti personiskā veidā atklātu stāstītāja domu un nolūku. Šis ir viens no būtiskākajiem elementiem, kas veicina digitālo stāstu efektivitāti. Stāstot savu stāstu, jūsu balsi ne ar ko nevar aizstāt. Ir ieteicams atrast laiku, lai vingrinātos teksta stāstīšanā, lai runātājs

to varētu norunāt dabiski un klausītājam pieņemamā ātrumā. Ja teksts tiek vienkārši nolasīts no lapas, tad balss neskanēs dabiski un auditorija nebūs pārliecināta, kā reaģēt.

- Digitālajos stāstos atšķirībā no tradicionālajiem mutiskajiem vai rakstiskajiem stāstiem, lai parādītu daļu no konteksta, attēlotu vidi, sniegtu informāciju un piešķirtu emocionālu nozīmi, var izmantot attēlus, video, skaņu un mūziku.
- Labā stāstā tehnoloģijas tiek izmantotas prasmīgi, komunikāciju nodrošinot ar attēlu, skaņas, balss, krāsas, telpas, animācijas, dizaina, pāreju un specefektu palīdzību. Pavaicājiet sev, vai jūsu mediju resursi veic dekoratīvo, ilustrējošo vai izskaidrojošo lomu. Mūzika ir profesionālā kino svarīgs elements, un to var uzskatīt par būtisku elementu, lai izveidotu pārliecinošu stāstu. Pareizi izmantota mūzika var uzlabot un papildināt stāstu, pievienojot stāstījumam sarežģītību un dziļumu.

2.2.2 Digitālo stāstu veidi

Par digitālo stāstu principā var saukt jebkuru stāstu, kas tiek stāstīts, izmantojot digitālos medijus. Tomēr Kalifornijas (ASV) digitālās stāstniecības centrs to saista ar 3 - 5 minūšu video, ko veidojis kāds, kas nav profesionālis mediju jomā. Centra darbinieki uzskata, ka ikvienam no mums ir daudz stāstu, ko stāstīt.

Cilvēki redz, dzird un uztver pasauli dažādos veidos, un tas nozīmē, ka arī viņu izmantotās stāstu stāstīšanas formas un pieejas ir ļoti atšķirīgas.

Mūsu dzīvē ir daudz stāstu, kurus var pārvērst multimediju projektā.

Pēc stāsta satura tos var iedalīt trīs lielās grupās:

- personīgie jeb personiskie stāsti - stāsti, kas satur pārskatu par nozīmīgiem notikumiem cilvēka dzīvē;
- vēsturiskas dokumentālās filmas - stāsti, kas pēta vēsturi, pagātnes notikumus un palīdz tos izprast;
- stāsti, kas paredzēti, lai informētu skatītāju par konkrētu jēdzienu, praksi vai darbību.

2.2.2.1 Personīgie jeb personiskie stāsti

Šis, iespējams, ir populārākais digitālo stāstu veids, kuros autors stāsta par savu personīgo pieredzi, kas saistīta ar nozīmīgiem notikumiem viņa dzīvē. Šie stāsti var būt emocionāli ļoti uzlādēti un arī personīgi svarīgi. Ja jums ir īpašas jūtas vai attieksme pret konkrētu notikumu vai personu jūsu dzīvē, jūs arī noteikti uzrakstīsiet pārliedzinošu un spēcīgu stāstījumu. Digitālie stāsti personīgi kļūst tad, kad autors stāsta pats, izmantojot savu balsi, atspoguļo personiskos atklājumus, pieredzi.

Daži iespējamie personisko/personisko stāstu temati:

- Raksturu/attiecību stāsti pēta, kā mēs mīlam, kas mūs iedvesmo, ko mums nozīmē mūsu attiecības. Mēs varam atklāt, kā mēs satiekām savu partneri, kā tas bija, piemēram, kad piedzima bērns, vai kādas ir mūsu attiecības ar vecākiem, vecvecākiem, brāļiem, māsām. Šajās svarīgajās attiecībās mēs vēlamies salīdzināt savu un citu cilvēku pieredzi. Tie ir arī stāsti, kuru veidošanā parasti tiek izmantots daudz dokumentāla materiāla, piemēram, ģimenes fotogrāfijas, video u. c.
- Piemiņas vai atceres stāsti atspoguļo atmiņas par cilvēkiem, kuriem ir bijusi svarīga loma kāda dzīvē un kuru vairs nav ar mums. Šie stāsti bieži vien ir ļoti skumji, bet emocionāli spēcīgi un var palīdzēt tikt pāri sērošanas laikam.
- Izaicinājumu stāsti parāda, kā mēs savā dzīvē pārvaram lielus šķēršļus, izaicinājumus un sasniedzam mērķus. Šie stāsti var būt analītiski, tajos sniegts atskats uz svarīgiem mūsu pagātnes mirkļiem, pastāstīts par soļiem, ko mēs esam spēruši, lēmumiem, kurus esam pieņēmuši, un pie kāda risinājuma esam nonākuši.
- Stāsti par vietu attēlo svarīgākās vietas mūsu dzīvē: mājas, pilsētas, kurās esam dzīvojuši, studējuši, mūsu pieredzi, kas saista mūs ar citiem cilvēkiem. Stāsts var tikt veidots par māju, kurā patreiz dzīvojat, senču mājām, pilsētu, parku, kalnu vai mežu, kas jums ir mīļš, restorānu, veikalu vai pulcēšanās vietu. Piemēram, izveidotais stāsts par kādu vietu sniedz skatītājam ieskatu autora vērtību sistēmā saistībā ar pārējo sabiedrību.
- Stāsti par piedzīvojumu, braucienu vai ceļojumu atspoguļo un attēlo vietas, kuras mēs apceļojam un apmeklējam, piedzīvojumus, kas ar mums atgadās ceļojumos. Savādi, bet gandrīz visi prot izstāstīt interesantus ceļojumu piedzīvojumus, taču bieži vien no šiem stāstiem ir grūti izveidot efektīvu multimediju projektu. Pirms došanās ceļojumā mēs reti domājam par fotoattēlu vai video uzņemšanu tieši stāsta veidošanai. Dažkārt tas var šķist pat apgrūtināši. Ja vēlaties veidot digitālo stāstu, pirms došanās nākamajā ceļojumā padomājiet par stāsta ideju, plānu, kā arī kāda veida attēli, video vai skaņa būs noderīgi stāsta veidošanai.
- Stāsti par notikumiem mūsu dzīvē attēlo nozīmīgus notikumus, kurus mēs atceramies un ar kuriem vēlētos dalīties. Tie varētu būt stāsti par mērķu sasniegšanu, piemēram, skolas beigšanu, vai par uzvarētāju komandu sporta sacensībās. Šie notikumi bieži tiek dokumentēti, tādējādi jums būtu viegli izveidot multimediju stāstu.
- Stāsti par to, ko mēs darām, ļauj mums stāstīt par mūsu darbu, profesiju un karjeru. Tajos mēs atklājam to, kas mums ir svarīgi. Daudziem cilvēkiem dzīvesstāstu veido viņu darbs. Domājot par to, kas viņi ir, cilvēki arī atsaucas uz saviem hobijiem vai sociālo piederību. Labs stāsts bieži rodas, ja mēs paskatāmies uz zināmo jaunā veidā

un ar jaunu nozīmi

2.2.2.2 Stāsti, kuros pēta vēsturiskus notikumus

Daudzi personiskie stāstījumi, atmiņas var tikt papildinātas ar vēsturisku informāciju, t.i., materiālu, kas ir savākts un, veidojot digitālo stāstu, tiek izmantots, lai analizētu un iepazīstinātu ar notikumiem vēsturē, piešķirtu šiem notikumiem dziļumu un īpašu nozīmi. Digitālā stāsta izveidē autori var izmantot vēsturiskās fotogrāfijas, avīžu virsrakstus, ierakstītās runas un citus pieejamos materiālus.

Piemēram, valstsvīru vai citu prominentu cilvēku runu audio ieraksti un notikumu fotogrāfijas var tikt izmantotas par pamatu digitālajam stāstam, kas pēta nozīmīgus vēstures notikumus.

2.2.2.3 Informatīvie stāsti

Šie stāsti demonstrē mācību un izzināšanas procesu. Autora uzdevums ir ilustrēt, kā tiek atklāti fakti, lai nokļūtu pie patiesības, noteikta rezultāta, piemēram, kā tiek salabots velosipēds vai izstrādāts kāds jauns produkts. Šāda veida digitālie stāsti dažādās jomās, sākot no matemātikas un zinātnes, līdz pat mākslai, tehnoloģijām utt., var tikt izmantoti kā mācību materiāls.

Stāsti var tikt veidoti kā instrukcija vai padoms, kas jādara, lai uzlabotu savas prasmes, vai kā labāk izmantot dažādus rīkus.

Un, protams, stāstus var izveidot, kombinējot visus trīs iepriekš minētos veidus, piemēram, autobiogrāfiskā stāstā kā fonu personiskajam stāstījumam var izmantot vēsturisku materiālu. Visapkārt ir tik daudz

stāstu!. Jums ir jānotver šie mirkļi, momenti un jāizmanto filmas veidošanā. Dariet to!

Ir dažādi digitālo stāstu veidi. Ir stāsti, kuros iekļauts tikai audio materiāls un tie balstās uz vārdiem, skaņas efektiem, reportāžu ierakstiem un mūziku.

Hiperteksta vide veicina interaktīvo stāstu radīšanu, kurā "lasītājs" izvēlas ceļus, lai pētītu dažādas iespējas. Tīmeklī balstīti mediji veicina stāstu veidošanu ne tikai ar vārdu, bet arī ar filmu, fotoattēlu, skaņu un grafisko attēlu iekļaušanu.

Viens no digitālā stāsta veidiem ir īsfilma. Tā parasti ir ļoti īsa filma, kuras garums ir no dažām sekundēm līdz 5 minūtēm. Tā ļauj stāstītājam apvienot rakstīšanu, foto, video kadrus, skaņas efektus un mūziku.

2.3

Intervija un reportāža

2.3.1 Intervija

Datus un informāciju var iegūt vairākos veidos: apmeklējot notikumu vietas, savācot audio un video materiālus, fotogrāfijas, ierakstot intervijas vai pašinterviju, pētot dokumentus utt.

Šodien nevar žēloties par informācijas trūkumu – to sniedz televīzija, radio, avīzes, žurnāli, grāmatas, plakāti, internets, informāciju gūstam arī dažādos pasākumos, sanāsmēs, ejot pa ielu. Dažreiz mēs pat īpaši to nevēlamies saņemt, bet tā turpina plūst!

Atcerieties, ka veidojot digitālo stāstu, jums informācija būs nepieciešama kā resurss: jūs to meklēsiet, atlasīsiet, novērtēsiet un organizēsiet. Digitālais stāsts vienmēr pauž autora personīgo attieksmi un viedokli, tādējādi jūs arī radīsiet informāciju kā produktu: pārstrukturētu, pārveidotu informāciju un attīstītas personīgās idejas.

Vārds intervija ir cēlies no latīņu valodas – priedēklis „inter” - nozīmē "starp", "savstarpēji", "kopā", vārda sakne „view” - nozīmē "redzēt".

Intervija ir saruna, kurā viena persona (intervētājs), iegūst informāciju no citas personas (intervējamā).

2.3.1.1 Intervijas veidi

Ir zināmi trīs galvenie intervijas veidi.

Reizēm informācija tiek iegūta brīvā, vispārīgā sarunā, citos gadījumos respondents noteiktā secībā atbild uz iepriekš sagatavotiem jautājumiem. Dažkārt intervētājs uzdod papildjautājumus, bet dažkārt stingri ievēro sagatavoto jautājumu secību un skaitu. Atkarībā no tā, cik brīva vai “rāmjos” iekļauta ir intervija, mēdz runāt par pilnīgi strukturētu, daļēji strukturētu un nestrukturētu interviju.

Strukturētā intervija balstās uz noteiktiem, iepriekš sagatavotiem jautājumiem, uz kuriem intervējamais sniedz atbildes. Intervijas jautājumi ir sakārtoti noteiktā kārtībā. Intervētājs jautājumus uzdod tieši tā, kā tie ierakstīti intervijas plānā. Parasti netiek uzdoti papildu vai precizējoši jautājumi. Ja tādi tomēr tiek paredzēti, tad arī šie jautājumi ir precīzi strukturēti. Šādu interviju jautājumu rakstīšanā jāievēro tie paši noteikumi un principi, kas aptaujās. Var teikt, ka pilnīgi strukturēta intervija ir mutiski īstenota aptauja, jo intervētājs jau iepriekš ir nolēmis, kādus jautājumus uzdos, kādā secībā šie jautājumi tiks uzdoti, kāda informācija tiks iegūta. Intervētājs vada un kontrolē interviju un intervējamais atbild uz konkrētiem jautājumiem. Parasti šādās intervijās lielākā daļa jautājumu ir slēgta tipa.

Daļēji strukturēta intervija nenorit tik oficiāli, jautājumus var mainīt, pielāgojot tos specifiskajam kontekstam un balstoties uz intervējamā atbildēm, var tikt uzdoti papildus jautājumi. Daļēji strukturētā intervija vairāk līdzinās sarunai.

Šādā gadījumā tiek sagatavots tādu jautājumu saraksts, kas varētu būt

noderīgi nepieciešamās informācijas iegūšanai. Vairums jautājumu formulēti tā, ka tiek sagaidītas brīvas atbildes, kas samazina intervējamās personas noskaņošanu noteiktu atbilžu sniegšanai. Ja nepieciešama detalizētāka informācija, iespējama papildus jautājumu uzdošana. Daļēji strukturēta intervija ir diezgan līdzīga nestrukturētai intervijai, tomēr nodrošina objektivākas un saskanīgākas informācijas iegūšanu, kas atvieglo tālāku informācijas apstrādi (klasificēšanu, kodēšanu un analīzi).

Nestrukturētās intervijas veikšanai iepriekš netiek sagatavots noteiktā secībā sakārtotu jautājumu saraksts. Intervētājs patur prātā intervijas kopējo mērķi un intervijas laikā darbojas tā, lai iegūtu nepieciešamo informāciju.

Nestrukturētas intervijas ir noderīgas, ja nākas saskarties ar jaunu, nezināmu vai grūti formulējamu problēmu. Intervējamie jūtas brīvāk, viņi tiek aicināti izteikt savas domas par dažādām tēmām, pamatojoties uz viņu pieredzi, interesēm utt.

Lietojot nestrukturētās intervēšanas metodes, jāreķinās ar to, ka rezultātu apkopošana var būt visai apgrūtināta un sarežģīta. Intervētājam jābūt uzmanīgam, lai nepazaudētu sarunas mērķi, pretējā gadījumā intervija zaudēs jēgu, tiks veltīgi izniekots laiks, un netiks iegūta nepieciešamā informācija.

- Pirms intervijas veikšanas un ierakstīšanas pārdomājiet, kāpēc jums šī intervija nepieciešama, kādu informāciju vēlaties iegūt, kāds ir jūsu intervijas mērķis un kāda ir stāsta ideja.

- Pirms intervijas identificējiet, kurus cilvēkus vēlaties intervēt. Izvēloties intervējamo, uzdodiet sev trīs jautājumus:

1. Vai intervējamajai personai ir informācija, kas jums ir nepieciešama?
2. Vai konkrētā persona ir pieejama intervijai?
3. Vai persona jums sniegs nepieciešamo informāciju?

- Sagatavojiet un pierakstiet intervijas jautājumus. Pārdomājiet, kādus jautājumus jūs uzdosiet un kāpēc. Lai intervija būtu veiksmīga, dodieties intervēt, jābūt skaidrai izpratnei par to, ko jūs no tās vēlaties gūt.

- Izšķir slēgtos un atklātos jautājumus.

1. Par slēgtajiem sauc jautājumus, uz kuriem tiek gaidīta atbilde "jā" vai "nē". Ar slēgto jautājumu palīdzību mēs mudinām intervējamo izšķirties pieņemt viennozīmīgu lēmumu. Slēgtie jautājumi nereti rada saspringtu atmosfēru, sevišķi intervijas sākumā, jo ļoti sašaurina intervējamā izvēles iespējas, steidzina viņu. Lai arī ar slēgto jautājumu palīdzību mēs "bīdām" sarunas partneri mums vēlamā virzienā, tomēr tie ir maz informatīvi, jo neļauj mums pilnībā noskaidrot intervējamā pozīciju, vajadzības un intereses. Intervijās, kuru mērķis ir iegūt informāciju, slēgtos jautājumus vajadzētu izmantot ļoti apdomīgi.
2. Atklātie jautājumi sākas ar vārdiem, piemēram, "Kas", "Ko", "Kur" un "Kad". Tie dod iespēju sniegt aprakstošu atbildi, aktivizē intervējamo, pauž interesi par viņa viedokli, rosina apdomāt savas atbildes un sniegt mums informāciju, neaprobežojoties

tikai ar uzdoto jautājumu. Atklātie jautājumi paplašina partnera manevra iespējas sarunas laikā. Cilvēks jūtas brīvāks un mazāk saspringts, jo viņš pats var izvēlēties, kādus faktus, idejas un cita veida informāciju mums sniegt. Šādi jautājumi ir labi, kad nepieciešama vispārīga vai papildus informācija. To trūkums ir tas, ka tie dot iespēju intervējamajam runāt bezgalīgi.

3. Abiem jautājumu veidiem ir sava vieta interviju veikšanā. Ja vēlaties iegūt kopainu un izvairīties no situācijas, kad pārāk ātri nonākat pie secinājumiem, vai izdarīt nepareizus pieņēmumus, sāciet ar atvērtajiem jautājumiem. Tos uzdodot, jūs varat saņemt vairāk informācijas un aktualizēt jautājumus, uz kuriem nepieciešams vairāk koncentrēties.
- Dodoties uz interviju, apģērbieties atbilstoši, ierodieties laikā, esiet pieklājīgi un darbojieties profesionāli. Pirms intervijas sākuma pārbaudiet, vai darbojas sarunas ierakstīšanas ierīce. Balstieties uz iepriekš sagatavotajiem jautājumiem, virzieties uz mērķi, taču pieļaujiet arī spontānu diskusiju.
 - Dažreiz intervēšanas metodes var palīdzēt jums pastāstīt savu stāstu. Jūs varat sagatavot jautājumus un pēc tam ierakstīt savas atbildes uz tiem. Tā būs pašintervija. Ja nevēlaties viens pats runāt un ierakstīt savu stāstījumu, uzaiciniet kādu, kas jūs intervētu. Tas var būt draugs, kolēģis vai kāds, kam jūs uzticaties un kas var jums palīdzēt un atbalstīt.

2.3.1.2 Ieteikumi intervētājam

- Pēc intervijas jautājumu sagatavošanas mēģiniet tos iegaumēt, lai intervijas laikā tie nebūtu jālasa no lapas un vajadzības gadījumā varētu ieviest izmaiņas. Spēja uzturēt acu kontaktu palīdz intervēja-

majam justies brīvi un atbildēt dabiski.

- Pirms katras intervijas izpētiet, kā izmantot ierakstīšanas ierīci un to pārbaudiet.
- Atļaujiet intervējamajam pabeigt domu, atvēlot pietiekami daudz laika. Dodiet sarunas partnerim iespēju grūti formulējamu domu pateikt savādāk vai izlabot savus izteikumus. Runas pārtraukšanas gadījumā cilvēks var "pazaudēt" savu domu vai novirzīties no svarīgas, bet varbūt emocionāli smagas informācijas. Pirms pārejas uz nākamo jautājumu, ļaujiet intervējamajam pateikt, ka viņš ir pabeidzis, un tikai tad uzdodiet nākamo jautājumu.
- Kaut arī intervija ir iepriekš sagatavota, dažkārt nebaidieties ļaut tai "iet" citā interesantā virzienā. Jūs taču nevēlaties, lai jūsu intervējamais novirzītos no sarunas tēmas un runātu kaut ko nevajadzīgu, bet, ja intervējamais sāk runāt par kaut ko interesantu, turpiniet runāt par to. Kad esat pabeiguši sarunu par interesanto, jūs vienmēr varat atgriezties pie jautājumiem, kas iepriekš tika sagatavoti.
- Nepieciešamības gadījumā detalizētāku atbilžu iegūšanai izmantojiet savu intuīciju. Bieži vien intervējamā sākotnējās atbildes uz jautājumu satur tikai vispārīgu informāciju. Noteikti uzdodiet jautājumus, lai noskaidrotu specifisku vai detalizētu informāciju, kas precīzē vai papildina vispārīgo atbildi.
- Ja sarunas tēma skar īpaši sāpīgus brīžus cilvēka dzīvē, rūpīgi izvērtējiet, cik daudz jūs ļausiet atbildētājam kavēties šajās atmiņās. Nedomājiet, ka, lai intervija būtu efektīva, jums ir nepieciešams iegūt emocionālu materiālu. Intervijai jānorit dabiski un intervēja-

majam jājūtas ērti.

- Neaizmirstiet nodrošināt intervijas privātumu, kā arī pārliecinieties, ka visi jūtas labi: vai ir ērti krēsli, glāzes ar ūdeni, mikrofons novietots tā, lai netraucētu sarunu u.tml.

2.3.1.3 Ieteikumi intervējamajam

- Mēģiniet neaizmirst galveno domu vai ideju, ko gribējāt pateikt konkrētajai auditorijai.
- Nemēģiniet izlikties vai sniegt viltus atbildes, esiet dabiski.
- Gūstiet baudījumu no intervijas.
- Atcerieties, ka jūsu balss ir spēcīgs instruments, tādēļ runājot mainiet tempu, skaļumu un balss toni.
- Esiet interesēts tajā, ko jūs sakāt, jo tas atspoguļojas jūsu balsī. Tai jābūt enerģijas pilnai un efektīvi jāparāda emocijas, kas saistītas ar jūsu stāstu.
- Nevelciet laiku runājot aplinkus, runājiet kodolīgi un precīzi.
- Atcerieties, ja intervijas laikā nepasakāt kaut ko svarīgu, jūs varat ierakstīt interviju atkārtoti vai pievienot nepieciešamo informāciju.

2.3.2 Reportāža

Katru dienu visapkārt notiek daudz dažādu notikumu. Jums ir plašas iespējas rast idejas labiem stāstiem un sastapt cilvēkus, ar kuriem sarunāties par jautājumiem, kas jūs interesē. Iespējamie stāsti ir jums visapkārt, vienkārši ir jāspēr daži soļi, lai izveidotu reportāžu.

- Pirms sākat veidot jebkādu ziņu reportāžu, atcerieties dažus vienkāršus padomus: padomājiet, kā jūsu stāstu varat pastāstīt iespējami

saistošākā veidā, nepadarot to pārāk sarežģītu.

- Lai izveidotu tādu stāstu, kādu vēlaties, reportāžas veidošanas process ir jāplāno. Izlemiet, kā sāksiet un pabeigsiet savu reportāžu, kā nodrošināsiet to, ka tās vidusdaļā nepazūd svarīga informācija.
- Tāpat kā jebkuru stāstu, arī reportāžu visvieglāk izveidot, ievērojot 5 jautājumu principu:

Par ko? - Par ko ir reportāža? Uz ko ir nepieciešams koncentrēties, lai piesaistītu klausītāju un skatītāju interesi? Pirms reportāžas veidošanas ir svarīgi iegūt faktus, nepieciešamo informāciju par notikumu, problēmu.

Kāpēc? - Kāpēc jūs vēlaties veidot šo reportāžu? Vai jūsu stāsts ir svarīgs auditorijai? Kā jūs to padarīsiet nozīmīgu?

Kas? - Kas būs iesaistīts? Ja jūs neveidojat reportāžu no tūlītējas notikuma vietas, tad jums ir jānoorganizē, ka vajadzīgie cilvēki atrodas vietā, kur jūs veiksiet filmēšanu. Neaizmirstiet nokārtot visas nepieciešamās atļaujas (ja ir iesaistīti bērni, tad atļauja filmēt bērnus ir jāiegūst no vecākiem). Ja jums ir izvēles iespējas, tad izlemjiet, kuri cilvēki tiešām var pastāstīt interesantu stāstu.

Kur? - Kur jūs vēlaties veikt filmēšanu? Vai ir iespējams filmēt izvēlētajā vietā, varbūt jums ir jāsaņem atļauja. Sarunājiet filmēšanas laiku.

Kad? - Ja jūs gatavojat reportāžu par notikumu, kas notiek neatkarīgi no jums, pārliecinieties, ka notikuma vietā nokļūsiet laicīgi! Ja filmēšanu organizējat speciāli kādā noteiktā laikā, padomājiet par gaismu, iesaistītajiem cilvēkiem, tehniskajiem aspektiem.

- Ja rūpīgi pārdomāsi atbildes uz katru no šiem punktiem, tad jums

būs skaidrs plāns un izpratne par to, kas, kur un kad jums ir jāfilmē.

- Kad esat veicis detalizētu plānošanu, sarunājis visus nepieciešamos cilvēkus, sagatavojis iekārtas, noslēdzis nepieciešamās vienošanās, varat noteikt filmēšanas laiku.

TV ziņu reportāža pamatā sastāv no piecām daļām:

levads - šajā posmā reportieris iepazīstina ar savu stāstu vai tēmu.

Tas parasti ir īss un dinamisks.

Pirmā intervija - jūs runājat ar pirmo no personām (vai personu grupu) un lūdzat sniegt viedokli par notiekošo, un kā tas ietekmē intervējamos.

Otrā intervija - lai nodrošinātu līdzsvaru, ir ieteicams runāt ar kādu, kam ir atšķirīgs viedoklis.

Papildus kadri - iekļaujiet kādus kadrus, parādot notikuma vietu un cilvēkus, kas iesaistīti šajā stāstā. Tas padarīs reportāžu interesantāku, dzīvāku un radīs pabeigtības sajūtu.

Secinājums - pirms reportāžas beigšanas mēģiniet apkopot rezultātus vai sniegt iespējamo stāsta iznākumu.

- Piemēram, reportieri, kad viņi runā reportāžas ievaddaļā vai noslēgumā, var skatīties tieši kamerā. Pārdomājiet, kur kadrā atradīsies intervējamais.
- Pārbaudot skaņas līmeni, esiet ļoti uzmanīgi! Valkājiet austiņas! Ja video būs slikta skaņas kvalitāte, jūs to nevarēsiet izmantot.
- Padomājiet, kādas iekārtas jums būs nepieciešamas filmēšanai. Paņemiet līdzī rezerves aprīkojumu, piemēram, rezerves baterijas kamerai. Ja baterijas beigs darboties intervijas laikā, jūs nevarēsiet pabeigt savu stāstu. Filmēšanā noteikti, ja tas ir iespē-

jams, izmantojiet statīvu.

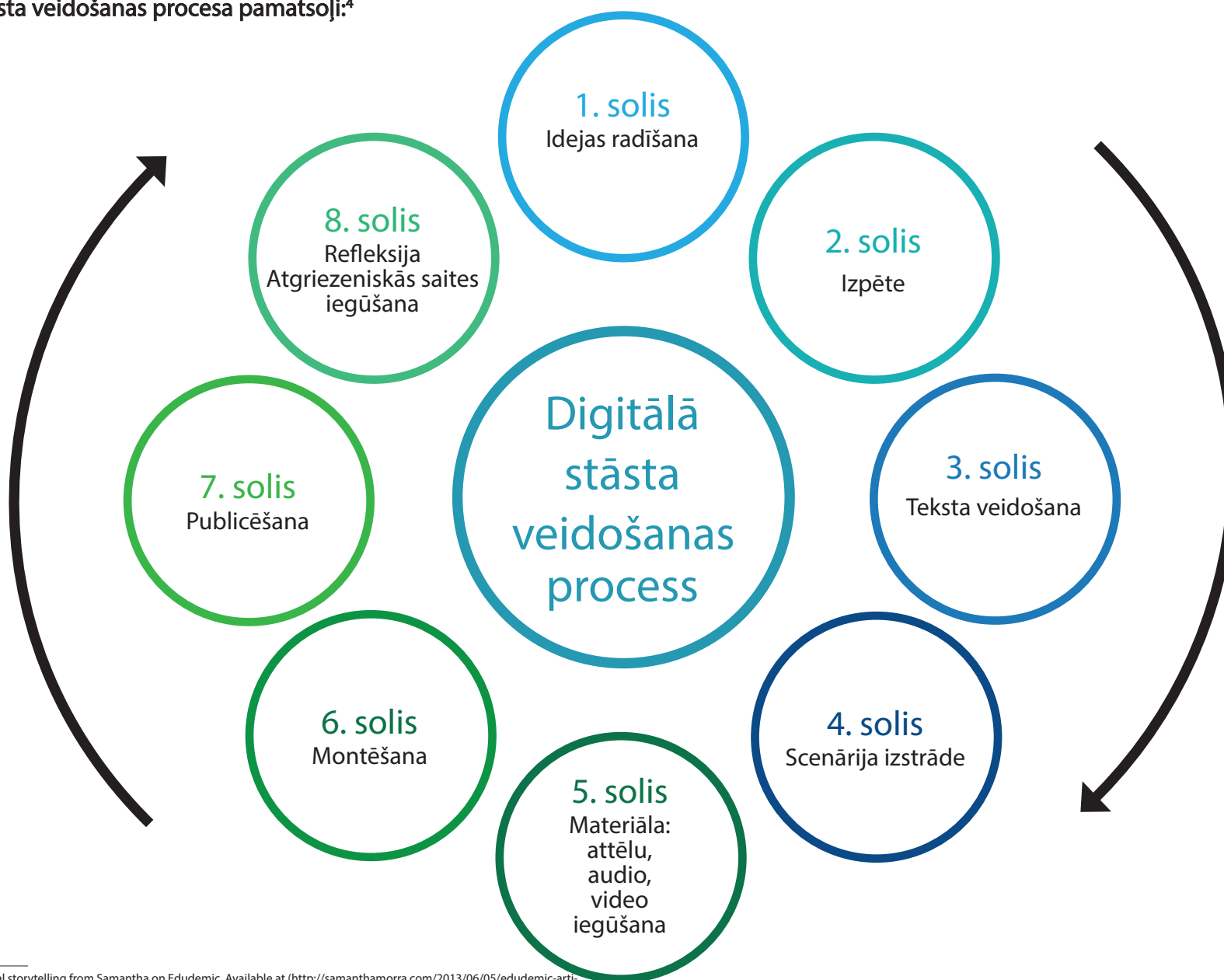
- Filmēšanas laikā galvenā prioritāte ir jūsu un jūsu komandas biedru veselības vai drošības vērtība. Nefilmējiet bīstamās vietās, piemēram, ceļa vidū, uz jumta. Ja esat nolēmis veidot reportāžu no vietas, kuru nepārzināt, pārbaudiet, kāds ir ceļš uz turieni, cik laika nepieciešams, lai tur nokļūtu, kāda ir apkārtnē. Nedodieties filmēt vienatnē, informējiet kādu par saviem plāniem!

2.4 Mediju ziņas

2.4.1 Digitālā stāsta veidošanas posmi

Digitālie stāsti ļauj datorlietotājiem, izmantojot tradicionālo stāsta veidošanas procesu, kļūt par radošiem stāstniekiem: izvēloties tēmu, veicot kādu pētījumu, rakstot tekstu un galarezultātā izveidojot interesantu stāstu. Pēc tam šis materiāls tiek apvienots ar dažāda veida multimedijiem: grafiku, ierakstītu audio tekstu, video un mūziku, lai to varētu rādīt datorā, augšupielādēt tīmekļa vietnē vai ierakstīt DVD.

Digitālā stāsta veidošanas procesā ieteicams ievērot noteiktu soļu secību, kas no tradicionālā stāsta veidošanas procesa novedis līdz darbam ar dažādiem digitālajiem rīkiem stāsta montēšanai un stāsta publicēšanai vai publicēšanai.

Digitālā stāsta veidošanas procesa pamatsolji:⁴

⁴ 8 steps to great digital storytelling from Samantha on Edudemic. Available at (<http://samanthamorra.com/2013/06/05/edudemic-article-on-digital-storytelling/>)

● Sāciet ar ideju

Visi stāsti sākas ar ideju, arī digitālie. Šī ideja varētu būt jūsu personīgā atklāsme, emocijas, svarīgi notikumi, ar kuriem vēlaties dalīties ar citiem, tēma, kuru jūs vēlaties izpētīt, uzdots jautājums vai problēma, kas tiek izvirzīta vietējā pilsētā, pagastā.

Šajā sākotnējā posmā jums ir jāatbild uz dažiem vienkāršiem jautājumiem:

- Par ko ir stāsts? Kādu vēstījumu es gribu pateikt?
- Kāds ir mērķis? Ko es vēlos panākt - pārliecināt, provocēt, izjautāt?
- Pie kā es ar savu stāstu vērsos? Kas būs skatītājs un klausītājs?

Atbilžu meklēšana uz šiem jautājumiem palīdzēs jums koncentrēties un izveidot labu pirmo stāsta variantu - pilnīgu, pārliecināšu un loģiski sakārtotu.

● Informācijas vākšana, ideju apkopošana

Digitālie stāsti var būt par izdomātu tēmu vai balstīti uz reāliem notikumiem. Kad jums būs radušās idejas, vajadzēs veikt sākotnējo izpēti un ideju loģisku sakārtošanu. Šajā posmā ir noderīgi grafiskie organizatori (tos sauc arī par jēdzienu kartēm, diagrammām, prāta kartēm). Tie palīdz pārveidot un apkopot daudz šķietami nesakarīgas informācijas strukturētā, vienkārši uztveramā, grafiskā attēlā.

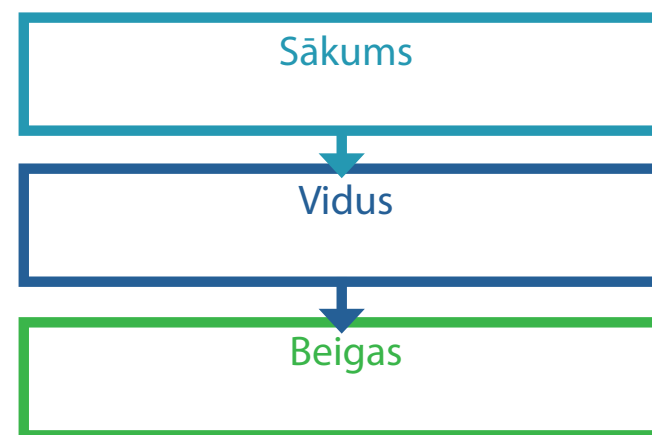
Lai sakārtotu, sistematizētu, apkopotu informāciju, jūs varat veidot notikumu kartes, rakstīt kopsavilkumu vai izmantot tiešaistē pieejamos piezīmju veidošanas rīkus.

Viens no veidiem, kā var viegli sistematizēt stāsta veidošanai nepieciešamās idejas, ir stāsta karšu izmantošana - secīgs dažādu elementu un notikumu grafisks attēlojums, kurā skaidri norādītās dažādas sakarības un to savstarpējā saikne.

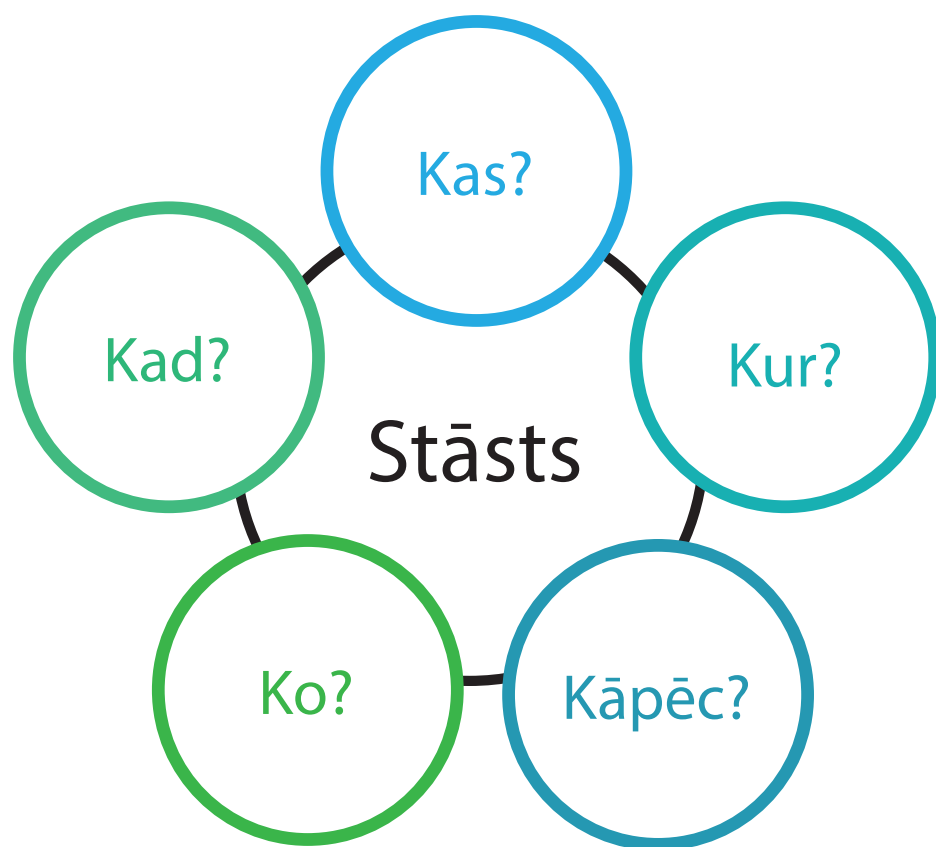
Daži no daudzajiem stāsta elementiem: galvenie tēli, personas (viņu izskats, personības iezīmes un motivācija), vide (laiks un vieta), problēma, ar kuru saskaras galvenie tēli, varoņi, personas, kā tiek risināta problēma, rezultāts.

Ir daudz pieeju, kā veidot savu stāstu, kam ir dažāda struktūra un kas ietver dažādus stāsta elementus.

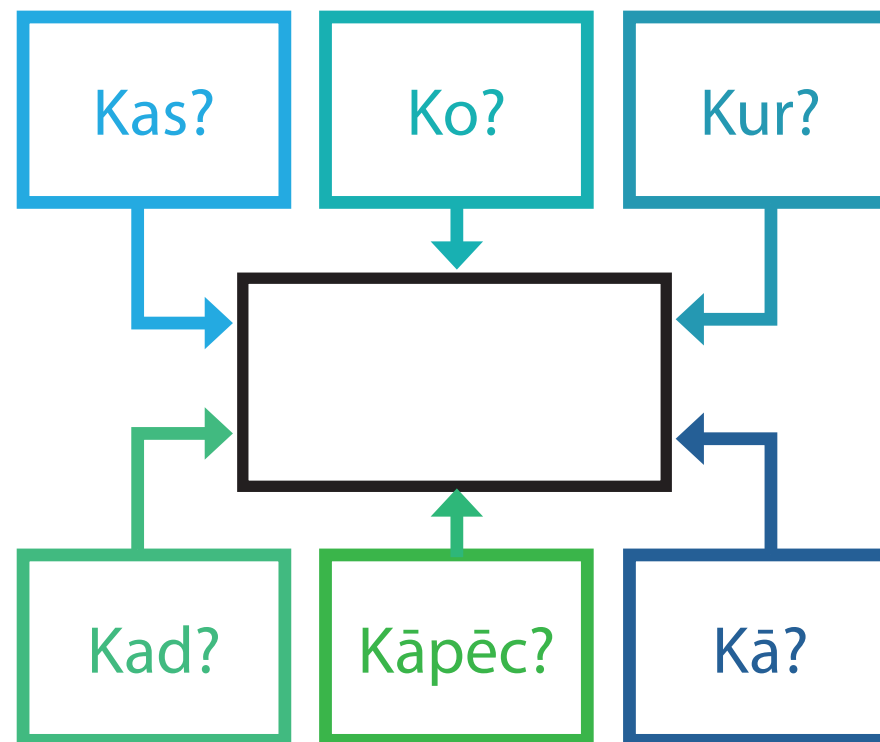
- Jūs varat aprakstīt (apkopot) notikumus, kas notika sākumā, vidū un stāsta beigās.



- Varat izmantot piecu jautājumu diagrammu - grafisko organizatoru, kas vienkāršā veidā palīdz organizēt stāsta pamatinformāciju, sniedzot atbildes uz 5 jautājumiem: Kas?, Kad?, Kur?, Ko? un Kāpēc?. Jautājumus var interpretēt dažādos veidos, tostarp, kāpēc notikums noticis vai kāpēc notikums bija svarīgs.



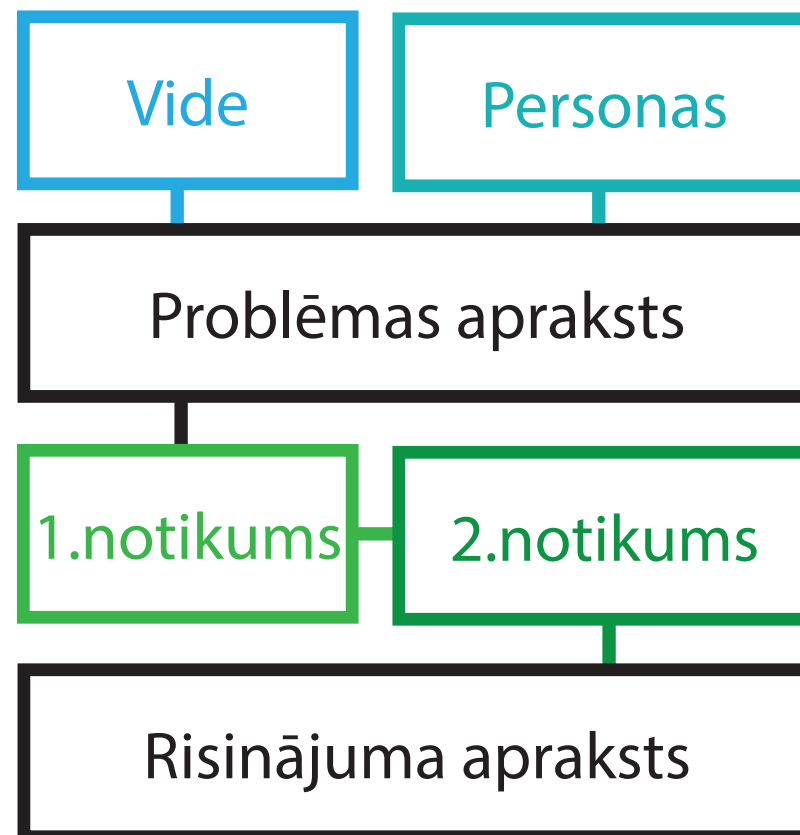
- Lai izveidotu stāstījumu, kas apraksta notikumu gaitu, iepriekšminētajiem 5 jautājumiem var pievienot sesto - Kā?



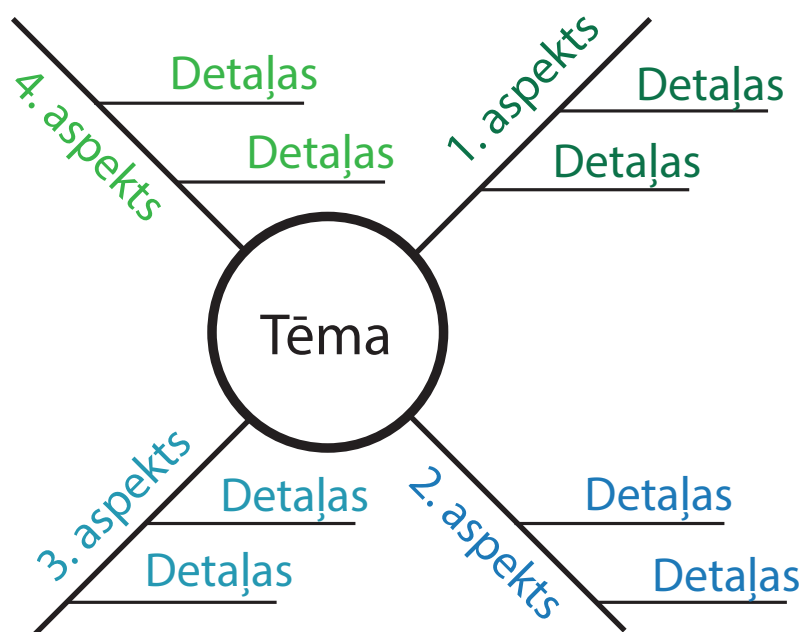
- Varat uzrakstīt nosaukumu, aprakstīt vidi, galvenos tēlus, personas, problēmu, risinājumu, stāsta morāli vai tēmu.
- Šī stāsta karte liek jums aprakstīt vietu, laiku, tēlus, personas, problēmu un stāsta risinājumu.



- Varat aprakstīt sarežģītu notikumu ķēdi, kas hronoloģiskā secībā apkopo visus galvenos stāsta elementus.



- Lai organizētu, sakārtotu savas domas, izpētītu un uzskaitītu ar izvēlēto tēmu saistītos aspektus, var izmantot arī zirnekļkartes jeb zirnekļdiagrammas, dažreiz sauktas arī par semantiskajām kartēm. Zirnekļa diagrammas veidošanas process palīdz koncentrēties uz tēmu, liek pārskatīt to, kas jau ir zināms, lai strukturētu zināšanas, un palīdz veidot izpratni par tēmu.



Bez iepriekš minētajiem paņēmieniem jūs varat izvēlēties vēl citu tehniku vai izveidot savu stāsta kartes veidošanas metodi. Lai kādu metodi jūs izmantotu, neaizmirstiet vizualizēt tēlus, notikuma vietu un notikumus. Pievērsiet uzmanību galveno notikumu secībai, izlemiet, kas notika vispirms, kas pēc tam.

Stāsta karte var tikt izmantota kā rāmis, lai izveidotu stāstu vai apkopo-

tu stāsta notikumus.

Tā kā stāsta karte ir stāsta notikumu un vides vizuāls attēlojums vai galveno notikumu secība un stāsta varoņu/tēlu rīcības attēlojums, tā ļauj autoram saistīt stāsta notikumus un uztvert struktūru.⁵

Ļoti noderīgs stāsta kartes veidošanas instruments var būt MS PowerPoint.

Jūs varat izmantot arī tiešsaistes grafiskos organizatorus un interaktīvos stāsta kartes veidošanas rīkus:

<http://www.readwritethink.org/classroom-resources/student-interactives/essay-30063.html>

<http://www.readwritethink.org/classroom-resources/student-interactives/story-30008.html>

● Teksta veidošana

Kad esat sagrupējuši savas idejas, savākuši un apkopojuši nepieciešamo informāciju, ir jāuzraksta teksts - stāstījums, kas tiks izmantots jūsu digitālajā stāstā. Dažreiz rakstīšana nesokas - jūsu priekšā ir tukša papīra lapa, un nepamet sajūta, ka nezināt, kā sākt. Tādēļ ir ieteicams veikt iepriekš minētos sagatavošanās uzdevumus, kas sākuma posmā palīdzēs organizēt domas un veicinās stāsta rakstīšanas procesu.

Ja esat izveidojis stāsta karti, kurā attīstāt savu ideju, tad veicot nelielu rediģēšanas darbu, jūs iegūsiet tekstu. Ja labi izpētījāt un izzinājāt izvēlēto tēmu, tad teksta daļām vajadzētu salīkties kopā kā mozaikas

⁵ Uses and effects of story mapping, Available at www.tgpcet.com/E-journal/theme%202/pew.doc

fragmentiem.

Šajā laikā ir jāpieņem arī attiecīgi literārie lēmumi. Izlemiet, vai jūs stāstījumu veidosiet pirmajā, otrajā vai trešajā personā. Paplašiniet vārdu izvēli, nevilcinieties izmantot vārdnīcu vai enciklopēdiju.

www.letonika.lv - pieejama Latviešu valodas sinonīmu vārdnīca, kas ir lielisks palīgs stāstu rakstīšanā, kā arī noder, lai mācītos, pētītu un bagātinātu latviešu valodu.

www.visuwords.com - Visuwords™ - tiešsaistes grafiskā vārdnīca angļu valodā, kurā jūs varat meklēt vārdus, lai atrastu to nozīmi un asociācijas ar citiem vārdiem un jēdzieniem.

www.wordnik.com - rāda vārda definīcijas angļu valodā no dažādiem avotiem, jūs varat redzēt, cik vārdam ir daudz dažādu nozīmju.

Atcerieties, ka stāsts ir vairāk nekā tikai vārdi. Digitālais stāsts ir personisks. To stāsta no sirds, ar jūtām, ko var atklāt vārdos, attēlos, mūzikā.

Atcerieties, ka jūsu teksts tiks nolasīts vai norunāts, tas netiks publicēts rakstveidā. Labs rakstveida teksts ne vienmēr pārvēršas par lielisku balsi ierakstu, jo tekstu ierakstīšanai veido tieši šim nolūkam. Klausoties neviens neredz pareizrakstības kļūdas, tādēļ tekstu varat rakstīt tā, kā jūs to runāsit, tā nav lekcija, bet gan uzskatīts stāstījums.

Precīzs vārdu skaits ir mazāk svarīgs nekā ritms, kādā vārdi tiek izrunāti. Ja plānots divu minūšu garš stāstījums, tad nepieciešams apmēram 250 vārdu garš teksts. Atcerieties, ka stāsti kļūst interesantāki, ja tiek izmantotas pauzes, kuru laikā "runā" attēli.

Arī divu minūšu garā stāstā ir pietiekami daudz laika, lai pazaudētu stāsta pavedienu, novirzītos no plānotā. Stāsts ir kā ceļojums. Arī tajā ir ļoti viegli doties pareizajā virzienā, taču nerasniegt galamērķi.

Rakstīšanas laikā paturiet prātā jautājumu: "Par ko ir mans stāsts?" Neieklājiet stāstā informāciju, kas neattiecas uz stāsta ideju, mērķi.

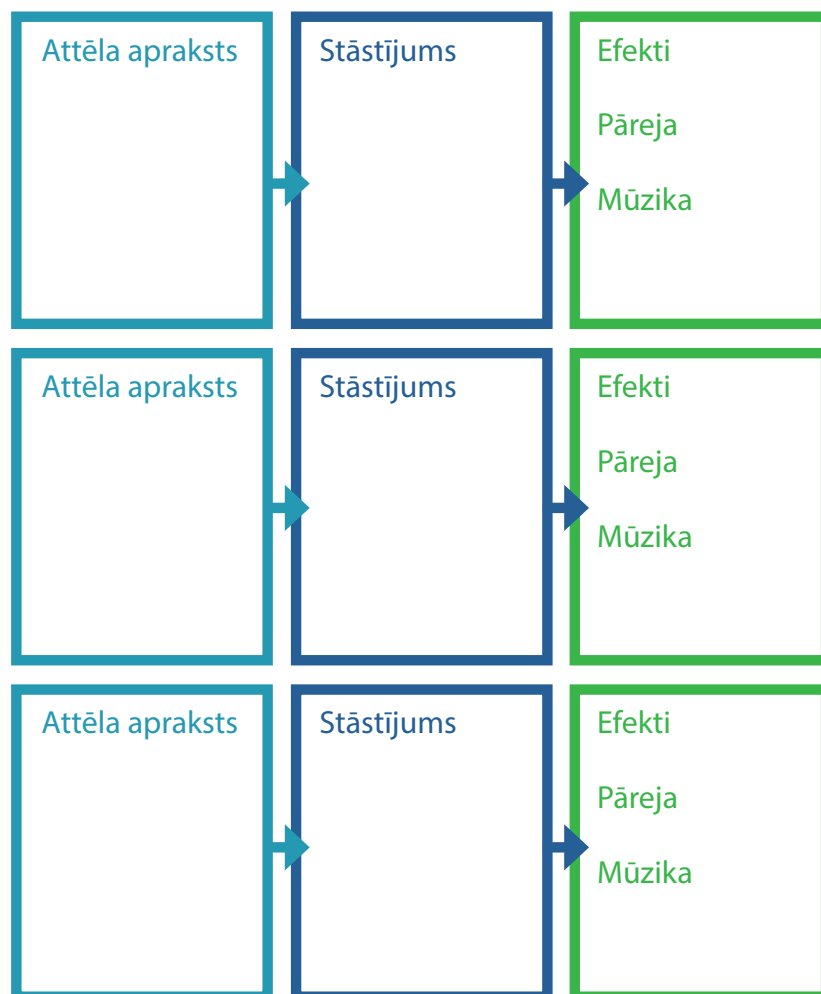
● Scenārija izstrāde

Scenārija veidošana ir ļoti nozīmīgs radošā procesa posms, kas stāsta autoram ļauj izprast skaņas un attēlu nepieciešamību, vizualizēt projektu. Scenārija veidošanas procesā var rasties arī jaunas idejas, kā arī nepieciešamība pārkārtot esošos resursus.

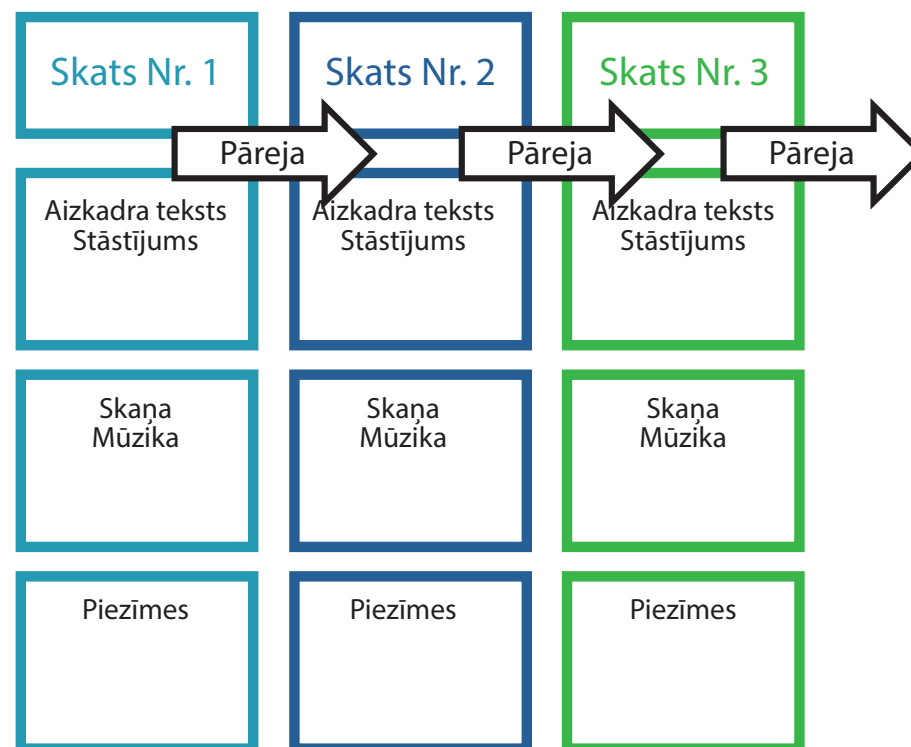
Scenārijs ir visu digitālajā stāstā iekļauto elementu rakstisks vai grafisks atspoguļojums. Scenārijs parasti tiek izveidots pirms montāžas darbu uzsākšanas, kad grafiskā veidā tiek apvienoti un saistīti rakstiskie apraksti un stāsta elementi, piemēram, attēli, teksts, stāstījums, mūzika, pārejas utt.

Stāsta elementi scenārijā tiek sakārtoti tādā hronoloģiskā secībā, kādā tie parādīsies stāstā, un tas ļauj stāsta veidotājam organizēt un pārkārtot saturu, lai gūtu maksimālu efektu.⁶

⁶ What are Digital storyboards? Available at <https://k12teacherstaffdevelopment.com/tlb/what-are-digital-storyboards/>



Scenāriju var izveidot dažādos veidos: gan digitālā, gan zīmējot uz papīra vai veidojot uz audekla. Scenārija veidošanā var izmantot arī dažādas datorprogrammas, piemēram, MS Word, MS Excel un MS PowerPoint.



Samontējiet visu kopā.

Kad esat izveidojuši scenāriju, jūs varat sākt montāžas posmu. Tas ietver audio materiāla savienošānu ar attēliem un video, pāreju, efektu un varbūt mūzikas pievienošānu.

2.5 Aktivitātes

1. Digitālais stāsts

1.1 Kas ir digitālais stāsts

- A. Vai jums patīk stāstīt vai rakstīt stāstus? Sniedziet savus argumentus.
- B. Darbs grupās: Kas ir digitālais stāsts? Izveidojiet definīciju.
- C. Kādi elementi ir kopīgi, un kādas ir būtiskākās atšķirības tradicionālajam stāstam (rakstiskā veidā) no digitālā stāsta?

1.2 Digitālo stāstu loma mediju pratības veidošanā

- D. Darbs grupās: Apspriedieties un izveidojiet prasmju sarakstu, kas nepieciešamas, lai izveidotu digitālo stāstu.
- E. Darbs grupās: Noskatieties digitālo stāstu un pēc noskatīšanās izvērtējiet, vai sarakstā esat iekļāvuši visas prasmes. Nepieciešamības gadījumā papildiniet sarakstu.
- F. Izlasiet tekstu un papildiniet sarakstu, ja nepieciešams.

Video

- <http://www.youtube.com/watch?v=bwc7IN-XbFI&list=PL-47B77396AAEEF956&feature=c4-overview-vl>
- http://digitalstorytelling.coe.uh.edu/view_story.cfm?vid=299&categoryid=9&d_title=Places

2. Stāsta veidošanas tehnika

2.1 Laba stāsta elementi

- G. Darbs grupās: Kādus elementus nepieciešams iekļaut stāstā, lai tas piesaistītu cilvēku uzmanību un tos aizrautu?
- H. Darbs grupās: Noskatieties digitālo stāstu. Apspriediet, vai tas jūs iespaidoja, piesaistīja? Ja jā, tad kā tas tika panākts? Ja nē - kādēļ stāsts neatstāja uz jums nekādu iespaidu?
 - http://digitalstorytelling.coe.uh.edu/view_story.cfm?vid=395&categoryid=8&d_title=Personal%20Reflection
 - <http://www.youtube.com/watch?v=KfNJ6agH6Oc&list=PLC8F0259C977F715B>

2.2 Digitālo stāstu veidi

2.2.1 Personīgie jeb personiskie stāsti

- I. Kādas ir visizplatītās tēmas šajos stāstos?

2.2.2 Stāsti, kas pēta vēsturiskus notikumus

- J. Kādus vēstures/vēsturiskus materiālus var izmantot, lai izveidotu šādu stāstu?
- K. Darbs grupās: Kāds tēmas varētu atspoguļot šādā stāstā, un kādus materiālus varētu izmantot. Nosauciet dažus piemērus.

2.2.3 Informatīvie stāsti

- L. Darbs grupās: Izvēlieties un noskatieties dažus digitālos stāstus un apspriediet: kāds ir šī stāsta veids (balstieties uz šādiem kritērijiem: saturs, tēma, izmantotie mediji utt.). Pievērsiet uzmanību stāsta garumam, autoram, galvenajai domai, stāsta mērķim).
 - <http://storycenter.org/stories/>
 - http://www.youtube.com/user/CenterOfTheStory/videos?shelf_index=5&sort=dd&view=1&tag_id

- <http://www.youtube.com/watch?v=KfNJ6agH6Oc&list=PLC8F0259C977F715B>

3. Intervija un reportāža

3.1 Intervija

M. Kādu informāciju un kādā veidā var iegūt digitālā stāsta veidošanai?

3.1.1 Ieteikumi intervijas veikšanai

N. Kādas ir sekojošu intervijas veidu priekšrocības un trūkumi:

- strukturēta intervija;
- daļēji strukturēta intervija;
- nestrukturēta intervija.

3.1.2 Ieteikumi intervētājam

O. Kādi būtu trīs visnoderīgākie ieteikumi intervētājam? Miniet iemeslus.

3.1.3 Ieteikumi intervējamajam

P. Kāda ir jūsu pieredze kā intervējamajam? Miniet pozitīvus un/vai negatīvus secinājumus, pieredzi.

3.2. Reportāža

Q. Izvēlieties tēmu, par kuru jūs vēlētos intervēt grupas biedru. Uzrakstiet intervijas jautājumus strukturētajai vai daļēji strukturētajai intervijai.

R. Veiciet lomu spēli, intervējot savu grupas biedru. Ierakstiet interviju.

4. Mediju ziņas

4.1 Digitālā stāsta veidošanas posmi

S. Kādi ir digitālā stāsta veidošanas galvenie posmi?

T. Kāda varētu būt jūsu digitālā stāsta tēma? Par ko jūs to vēlētos veidot? Kas būtu jūsu stāsta mērķauditorija, kam to vēlētos stāstīt un rādīt?

U. Izvēlieties kādu no iepriekš apskatītajām metodēm stāsta plāna/scenārija veidošanai (prāta kartes, grafiskie organizatori, 5 jautājumu metode, tiešsaistes rīki utt.) un izveidojiet sava stāsta karti.

V. Pārdomājiet, kāda informācija jums nepieciešama stāsta veidošanai. Kas stāstīs jūsu stāstu, vai būs aizkadra teksts. Ja nepieciešams, sameklējiet informāciju, sagatavojiet jautājumus intervijai, uzrakstiet tekstu, kuru ieskaņosiet, lai izmantotu kā aizkadra tekstu.

W. Izveidojiet detalizētu scenāriju. Pārdomājiet, kādus elementus iekļausiet stāstā, lai tas būtu emocionāli iespaidīgs, spēcīgs.

2.6

Izmantoto informācijas avotu saraksts

- Art, Storytelling, Technology and Education. Retrieved February 10, 2014, from <http://www.jasonohler.com/storytelling/index.cfm>
- Bamford, Anne. The Visual Literacy White Paper. Retrieved March 1, 2014, from <http://www.aperture.org/wp-content/uploads/2013/05/visual-literacy-wp.pdf>
- Digital storytelling: A tutorial in 10 easy steps. Retrieved February 21, 2014, from <http://www.socialbrite.org/2010/07/15/digital-storytelling-a-tutorial-in-10-easy-steps/>
- Digital Storytelling. Retrieved February 17, 2014, from <http://electronicportfolios.com/digistory/>
- Digital Storytelling. Retrieved February 17, 2014, from <http://members.shaw.ca/dbrear/dst.html>
- Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community. New York, NY: Routledge, 2013. 7. Digital Storytelling for Communities. Retrieved February 17, 2014, from <http://librarydigitalstorytelling.wordpress.com>
- 8 steps to great digital storytelling from Samantha on Edu-demic. Retrieved March 3, 2014 from <http://samanthamorra.com/2013/06/05/edudemic-article-on-digital-storytelling/>
- Framework for 21st Century Learning, Retrieved March 2, 2014, from <http://www.p21.org/our-work/p21-framework>
- Frazel, Midge. Digital storytelling: Guide for Educators. Washington DC: International Society for Technology in Education, 2010. Graphic Organizers. Retrieved February 10, 2014 from <http://www.enchantedlearning.com/graphicorganizers/>
- Lambert, Joe. Digital storytelling Cookbook. Digital Diner Press, 2010. Retrieved March 2, 2014, from <http://storycenter.org/cookbook-download>
- Media Literacy: A Definition and More. Retrieved March 3, 2014, from <http://www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more>
- Morra, Samantha. 8 Steps To Great Digital Storytelling. Retrieved February 15, 2014, from <http://www.edudemic.com/8-steps-to-great-digital-storytelling>
- Porter, Bernajean. Elements of good digital storytelling. Retrieved February 16, 2014, from http://creativeeducator.tech4learning.com/v04/articles/Take_Six#ixzz2wFbtXALm

- The Art of Digital Storytelling, by Bernajean Porter. Retrieved February 15, from http://www.tech4learning.com/userfiles/file/pdfs/Frames/Digital_Storytelling_in_the_Classroom.pdf
- Tips on how to make a video news report. Retrieved March 4, 2014, from http://news.bbc.co.uk/2/hi/school_report/resources_for_teachers/8472052.stm
- Types of Digital Stories. Retrieved March 3, 2014 from <https://sites.google.com/site/mtpsdigitalstorytelling/types-of-digital-stories>
- Types of Digital Stories. Retrieved March 5, 2014 from <http://writing2.richmond.edu/writing/wweb/digitalstory/digstorytypesprint.html>
- Types of digital stories. Retrieved February 9, 2014 from <http://uhdigitalstorytellingworkshop.pbworks.com/w/page/457574/TYPES%20OF%20DIGITAL%20STORIES>
- Uses and effects of story mapping. Retrieved March 10, 2014 from www.tgpcet.com/E-journal/theme%202/pew.doc
- What are Digital storyboards? Retrieved March 25, 2014 from <https://k12teacherstaffdevelopment.com/tlb/what-are-digital-storyboards>