

DİJİTAL HİKAYE ANLATIMININ BİLEŞENLERİ

Yrd. Doç. Dr. Ayşenur İNCEELLİ
Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Öğretim Üyesi

ÖZET

Yazılı kaynakların ortaya çıkmasından önce var olan “hikaye anlatıcıları”, modernleşmeyle birlikte yerini kitle iletişim araçlarına bırakmış ve anlatıcı ile dinleyenler birbirlerinden ayrılmışlardır. Televizyonun ardından, teknolojik gelişmelerle birlikte günümüzde hikayeler sanal ortamlarda anlatılmaya başlamıştır. Çalışmada, dijital hikaye anlatımını ortaya çıkaran bileşenlerden yola çıkılarak, yeni bir kavram olan dijital hikaye anlatımı kavram ve boyutları açısından ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hikaye anlatıcıları, dijital hikaye anlatma, dijital hikaye anlatımının bileşenleri

ABSTRACT

By modernization, story tellers who does interactive communication with audience and who are able to tell the people the ways of being free by querying, substituted with mass communication. Thus, people started to get the information and news about various facts of life by mass communication systems and tellers and audiences have separated each other.

After invention of television and other technological developments, stories have begun to be told on digital media and digital storytelling has emerged. The aim of this study is to examine this new digital storytelling concept together with the elements causing digital storytelling to arise and classifications of digital storytelling.

Keywords: Storytellers, digital storytelling, the elements of digital storytelling,

1. GİRİŞ

Enformasyon ya da bilgi çağı olarak da adlandırılan ve bu teknolojiler üzerine kurulu yeni toplum düzeni çerçevesinde, bir çok yeni kavram tanımlanmaya ve uygulama alan ve yolları aranmaya başladı. Dijital (sanal-elektronik ortam) hikaye anlatımı da, elektronik ve dijital alandaki gelişmeler sonucunda yeni bir kavram olarak ortaya çıktı ve hikaye anlatma geleneği, teknolojinin ortaklığıyla yeni bir yaşam kazandı. Dünyanın teknolojileşmesiyle birlikte, hikayeler sanal ortamlarda anlatılmaya başlandı. Çeşitli amaçlar için yeni formatlarda hikayeler ortaya çıktı. İş dünyası, iş bölümlerindeki paylaşmayı ve sonuç almaya yönelik başarılı iletişimi desteklemek amacıyla, uzaktan dağıtımli çalışanlar ordusuyla, bilgi destekli çalışma yöntemlerinin birleştirilmesinde ve bu anlamdaki hikayelerin paylaşılmasındaki yöntemlerle bütünleşmeye başladı. Eğlence ve elektronik oyun endüstrileri, etkileşimli kurguyu keşfederek katılımcılarla, etkileşimli arayüz tasarımları yoluyla hikaye anlatma deneyimi üzerine yoğunlaştılar. Üniversiteler ve okullar ise, bu yeni medyayı eğitsel bir araç olarak sınıflara sokup, biçimsel ve biçimsel olmayan eğitimi, hikaye anlatmanın sanatsal bir biçimi şeklinde tanımlayarak online bir ortama dönüştürme sürecine girdiler (Figa, 2004). Aynı zamanda, büyük coğrafi mesafelere karşı farklı yaşam deneyimlerine sahip kişiler, dijital hikayeler yoluyla çoklu kültürel yaklaşımları yansıtmada konusunda işbirliği yapmaya; kameralar, tarayıcılar, güçlü bilgisayarlar, kullanımı kolay yazılımlar, DVD'ler ve internet yoluyla dijital hikaye anlatma dünyasını keşfeden eğitimciler ise, eğitsel içerik ve uygulamalar için dijital hikayeler geliştirmeye ve internette kendi arşivlerini oluşturmaya başladılar.

Hikaye anlatımını desteklemek için internet ile birlikte World Wide Web (WWW) ve yeni teknolojilerin ortaya çıkışıyla anlatım ses, müzik, görüntü ve interaktiflikle daha dinamik ve güçlü bir iletişim sistemine dönüştürüldü. Kişisel ve kamusal hikayelerin paylaşılmasıyla bilgi oluşturulmaya ve dönüştürücü güçleri olan bir bakış açısı kurulmaya başlandı.

Birçok yeniliğin alt yapısını oluşturan bilişim teknolojisindeki gelişmeler, uzaktan eğitim uygulamalarına da yansdı. Mektupla öğretimle başlayan uzaktan eğitim serüveni, eğitim bilimlerinin de etkisiyle web tabanlı olarak internet teknolojileri üzerinden yapılmasına dek uzandı. Bu gelişmelere koşut olarak, eğitim ve öğretimin özgün biçimi olan hikayelerin uzaktan eğitim alanında neden pedagojik değer taşıdıkları, program düzenleyicileri ve öğretmenlerin anlattıkları hikayelerin belirli fikirleri netleştirip vurgu kazandırdıklarını nasıl anlayabilecekleri, elektronik ortamda anlatılan hikayelere mizah unsurunun nerede ve nasıl aktarılabilceği, eş zamanlı ve eş zamanlı olmayan öğrenme modellerini temel alarak hikayelerin oluşumları, yapısal özellikleri, ana fikirlerinin ve hikayelerinin tümünün iletilmeleri vb. konularının araştırılması gereksinimi doğdu.

Bu çalışma, yazılı kaynakların ortaya çıkmasından önce var olan “hikaye anlatıcıları”nın, modernleşme ile birlikte yerini kitle iletişim araçlarına bırakmaları ve bilgi çağında hikayelerin sanal ortamlarda anlatılmaya başlanması sürecini ele alarak, özellikle uzaktan eğitim alanında potansiyelinin yeterince farkına varılmamış ve

sınırlı sayıda araştırma yapılmış yeni ve dinamik bir alan olan dijital hikaye anlatımının kavram ve boyutlarını ortaya koymak amacıyla, dijital hikaye anlatımının bileşenlerine yer vermektedir.

2. HİKAYEYİ “ANLATAN”LARLA “DİNLEYEN”LERİN AYRILIŞI

Hikaye anlatma geleneği, yazılı kaynakların ortaya çıkmasından çok öncelere uzanır. Homeros çağında doğan bu gelenek Doğuda, “destanlara, Binbir Gece Masalları'na, Nasrettin Hoca fıkralarına, Dede Korkut ve meddah hikayelerine” (Dede, 2005) dek uzanır.

Geleneksel toplum yaşamında kahvelerde, köy odalarında, evlerde, mahallelerde masallar gibi birkaç kişiye değil, büyük bir kalabalığa (Güney, 1971) seslenerek, “kahramanların hikayelerini, toplumu bir arada tutan ve birliğini sağlayan efsaneleri” (Karweik, 1999), insanın dünü, bugünü ve yarını ile ilgili gerçekleri fantastik olaylarla süsleyip anlatan ve bu şekilde insanın dış dünyayı algılama biçimini en iyi ortaya koyan “hikaye anlatıcıları”dır. Hikayeci, Riesman'a göre; Homeros çağından yakın yüzyıllara gelinceye dek, hikaye dinleyen insanlarla benzer mekanlarda yaşayan biridir. Çoğunluğu oluşturan insanlara yakın olan hikayeci, insanlara hikayelerini anlatırken onlarla aynı mekanda ve yüz yüze ilişkiler içinde olmuştur. “Anlatıcı” olan hikayeci ile, hikayeyi izleyen ve dinlediği hikayedeki değerlerle kendi değerlerini karşılaştırma durumundaki insan, toplumun diğer kesimlerine oranla, aralarında ortaklaşa paylaştıkları değerler ağı nedeniyle birbirlerine daha yakındır... İletişim sürecinde karşılaşılabilecek olan anlam bulanıklıklarının giderilebilmesi konusunda Oskay; “hikayeci anlatısında, gerekli yerelleştirici öğeleri kimi zaman katarak, kimi zaman çıkararak, kimi zaman ise dönüştürerek, anlatıyı dinleyenler ile kendisi arasındaki iletişimi her iki yanın da katıldığı bir etkileşim durumunda sürdürülebilir demektir. Oskay hikayede anlatılan temaların, bütün bir toplumun doğa-üstü güçlere karşı dirençlerini, onlarla başa çıkma duygularını; ya da doğa-üstü güçlerle araçsal nitelikte uzlaşımın oluşturmaya yarayan ritüellere ilişkin gelenekleri öğreten bilgilerle dolu olduğunu, bu temaların, genellikle toplumun bir tüm olarak doğaya karşı dirençlerini, doğa-üstü güçlere karşı onlarla başa çıkma duygularını yansıttığını belirtir. Bunu yaparken hikayelerin toplumun geleneklerini bir tüm olarak kendine ölçü aldığını; dünyayı ve insanı bu geleneklerin içinde anlatıp; insanların, geleneklerin tümlüğünü bozmadan hepsine uyararak yaşamaları gerektiğini söylediğini (Oskay, 2000) açıklar.

Ancak, geleneksel yaşam biçimlerini alt üst eden modernleşme süreciyle birlikte, bireysel ilişkilere dayanan haber alma ve bilgilenme, yerini kitle iletişimine bırakmış ve hikaye anlatıcıları da ister istemez ortadan kalkmıştır.

“Gittikçe artan bir hızla sanayileşmeye başlayan 19. ve 20.yy toplumlarında dünyaya yeni gelen insanların toplumsallaştırılmaları için aile dışında karakter biçimlendirici organlara gereksinim duyulmasının yanı sıra, yetişkin insanların da toplumsal ilişkilerini düzgün ve etkin bir biçimde işlerli tutabilmek için gereksinebilecekleri dünyaya ve toplumsal yaşamın çeşitli olgularına ilişkin bilgi ve haber alabilmeleri de değişmiştir. Bu kişilerin dünyayı öğrenmeleri Kitle İletişimi dediğimiz yeni iletişim biçimi aracılığıyla olmaya başlamıştır” (Oskay, 2000). Oskay, bu yeni olgunun kendi iç gelişmelerini ise Riesman'ın, sanayileşme döneminin toplumsallaşma sürecinde kitle iletişimine geçişin gerekli olmaya başlaması ve bu gereksinimi karşılamak üzere kitle iletişimi araç ve tekniklerinin geliştirilmesi olarak incelediğini belirtir.

Modern dönemin yeni iletişim biçimi olan kitle iletişimine geçişle birlikte, “basının sunduğu bilgilendirme süreci kişinin yaşam deneyiminden farklı bilgilendirmelere yol açmakta; dolayısıyla kitle iletişimine geçişten itibaren, olguları yaşam deneyimleriyle algılayan insandan ... enforme edilen insana geçilmiş olmakta; ...gelenek oluşumuna katılma olanağı kalmamakta,...dır” (Benjamin, 1995). İşte modern dönemle birlikte, yaşamın insanın kendisi tarafından bir bütünlük içinde anlamlandırılacak bir tümlüklü yaşam olarak değil de, bölük-pörçük ve şöylece yaşanıp geçiliveren bir yaşantıya dönüşmesiyle birlikte, insanın dış dünyasını anlamak için dış uyarımlarla yaptığı algılamalarını anlamlandırırken, belleğindeki diğer yanı sıra, olanak bulduğunda dinlediği “hikayeci”den duyduklarıyla anlamlandırmakta olduğu hikayecinin sunduğu “anlatılan dünya”ya erişmesi de eski dönemlerdekinden başka biçimlerde olmaya başlamıştır” (Oskay, 2000).

Artık insanın dünü, bugünü ve yarını ile ilgili gerçekler, bir insandan diğerine hikayeleme yolu ile iletilip aktarılmamaktadır. Artık kitle iletişim araçları “anlatıcı”dır. “Dinleyen” modern insan ise, bilgilerini yaşam deneyimlerinden kazanma yerine, haberdar edilme durumuna geçirilmiştir. Anlatıcı ve dinleyenler birbirlerinden ayrılmışlardır. Kitle iletişim araçları, çok farklı bir toplumsal yapı içinde sürdürülen bugünkü yaşamda, bireyin uzağındadır; örgütlenmiş birer kuruluş olarak çalışmaktadır; ve hem ticari işletmeler olarak hem de birer toplumsallaştırma aracı olarak çalışmaktadır. (Oskay, 2000).

David Thorburn, günümüzde toplumların asal hikaye anlatıcı kurumunun televizyon olduğunu belirtir. Thorburn'a göre, “ekranda bizlere sunulan programlar, hem imal edilen kültürel “artifact”lar, hem de kurmaca

veya dramatik metinlerdir. Nasıl ki, arkeolojik bir eser, tarihsel, antropolojik ve estetik düşüncenin kaynağı ise; televizyon programları da üretildikleri edildikleri toplumun kültür tarihi üzerinde, estetiği üzerinde düşünmemize olanak veren ürünlerdir. Çünkü televizyon, toplumların asal hikaye anlatıcı kurumudur günümüzde. Televizyonun anlatıları, Thorburn'un "oydaşmalı hikaye" kavramıyla tanımladığı ve başlıca özelliği kültürün bütünü adına ve kültürün bütününe hitap etmek olan hikaye türünün örnekleridir. Bunlar sınıf, servet, yaş ve cinsiyet sınırlarını aşıp, herkese hitap etmekte ve içinde bulunduğu kültürün başlıca mitolojilerini dillendirmektedir. Bu anlatılar toplumun aynalarıdır ve kendimizi, atalarımızı, geçmişle olan bağlarımızı anlamak istiyorsak başvurmamız gereken "artifact"lardır" (Mutlu, 1991).

3. DİJİTAL HİKAYE ANLATIMI

Thorburn'un, 80'li yıllarda asal hikaye anlatıcı kurumu olarak nitelediği televizyona ait bu kavramsal çerçeve; yoğun teknolojik değişimlerin yaşandığı yeni bin yılda iletişim, bilgi, bilişim ve çoklu ortam uygulamalarının bilgisayarlar aracılığı ile sunulmasına tanıklık ettiğimiz "bilgi" ya da "ağ" çağının hikaye anlatıcısını ortaya çıkarır: İnternet. Diğer iletişim ortamları gibi internet de bütünüyle hikayelerin anlatımı hakkındadır.

"Günümüz dünyasında iki ekrana sahibiz: Televizyon ve bilgisayar. Her ikisi de ses, video ve bazen metni de içeren çoklu ortam (multimedya) deneyimleridir. Ancak TV çok pasif bir yaşantıdır. İzleyen, izleyici kitlesinin bir parçası olduğunun farkındadır ve izlemek için oradadır. Buna karşılık bilgisayar, büyük ölçüde kişisel girişime dayalı çoklu ortam çevresi yaratır. Bu, dijital medyayı çok etkili ve inandırıcı kılar. Bilgisayar, tüm hikaye türlerini anlatmak için mükemmel bir yerdir" (Nordengren, 1999).

Biçimsel açıdan birçok farkı içeren hikayeler, "Ortaçağda kasabadan kasabaya dolaşarak sazı eşliğinde hikayeler anlatan halk ozanlarına, yazılı basına, 18.yy projeksiyon cihazlarına, sinemaya, sonra televizyona ve şimdi de bilgisayar ekranına kadar bilinen her iletişim ortamı ve aracına uyurlanabilir. Her hikaye anlatıcısı da çağın bu teknolojik araçlarını kullanır. Günümüzde ise, hikaye anlatıcıları dijital medyada çalışmaktadırlar" http://interact.uoregon.edu/MediaLit/mlr/archIve/VO3NO2/060803_digitalstory.html.

Bir diğer açıdan bakıldığında ise, "hikayeler en eski ve en güvenilir öğretim aracıdır. Hikayeler yolu ile tarihimizi, deneyimlerimizi ve bilgimizi paylaşıyoruz. Yeni iletişim teknolojileri ve ortamları sayesinde şimdi de hikayelerimizi dijital olarak yaratabiliyor ve bütün dünyayla paylaşabiliyoruz. Bu güce sahip olan-yazar, editör, yapımcı ve oyuncular- bizler, hikaye anlatıcılar olabiliriz" (<http://www.mercer.edu/mumc/digitalstorytelling.htm>.)

Dijital hikaye anlatımının her şeyden önce dijital biçime dönüştürülmüş hikayeler olduğunu vurgulamak gerekir. Genel olarak dijital hikaye anlatma; "interaktif dijital bir ortamda, ses, resim, grafik, hareketli grafik, görüntü, müzik ve metne dayalı anlatımın sunulması sürecidir" (Figa, 2004). Dijital hikayeler görüntü, ses, müzik ve anlatımla birleşen dokunun gücüyle birlikte karakterlere, durumlara, deneyim ve kavramalara derin boyut ve akılda kalıcılık katılmasıyla meydana gelirler" (Rule, 2005). Ancak bu unsurlar, dijital hikayeleri oluşturan bütünü yalnızca bir parçasıdır. Hikaye anlatımında yeni ve dinamik bir alan olan dijital alanı tanımak için öncelikle bu sürecin tüm bileşenlerini ortaya koymak gerekmektedir.

3.1. Dijital Hikaye Anlatımının Bileşenleri

Dijital alan, hikaye anlatımı için dinamik ve yeni bir alandır. Ancak potansiyelinin yeterince farkına varılmamış ve bu konuda sınırlı sayıda araştırma yapılmıştır. "Dijital ortama özgünlük kazandıran öğeler nelerdir? Kullanıcılar buna nasıl karşılık vermektedir? Dijital ortamın potansiyeli nasıl maksimize edilebilir? Dijital hikayeyi tanımlamak için sıklıkla kullanılan ve yoruma açık olan interaktif, çoklu medya, deneysel gibi kavramlar gerçekte neyi ifade eder?"

Dijital ortam ortaya çıktığından beri süregelen bu soruların varlığı; eğitim, bilgi ya da eğlence amaçlı dijital hikayelerin oluşturulabilmesi ve hedeflenen amaçlara ulaşabilmeleri açısından, dijital hikaye anlatımının bileşenlerini ortaya koymayı gerekli kılmaktadır.

Dijital hikayeleri, **medya, hareket, ilişki, bağlam** ve **iletişim** olmak üzere 5 bileşen ortaya çıkarmaktadır. Bunlar, dijital hikayeleri sınıflandırmaya, var olan uygulamaların içerik analizini yapmaya ve çeşitli dijital hikaye biçimlerinin görünümünü ve izleyiciler üzerindeki etkilerini ölçmeye yararlar.

Bu bileşenlerin ortaya koyduğu sınıflandırma, bu konuda yapılacak araştırmalar için ana çerçeveyi oluşturabilir, uygulayıcılara yeni hikaye anlatma biçimleri geliştirmelerinde kılavuzluk edebilir ve öğrencilere yeni hikaye anlatma ortamlarını açıklamak için öğretmenlere bir kaynak olabilir.

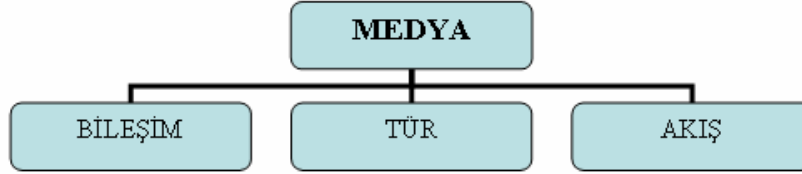
3.2. Bileşenleri Tanımlama

Dijital hikaye anlatımı, 5 ana bölümde sınıflandırılabilir (Paul ve Fiebich, 2000):

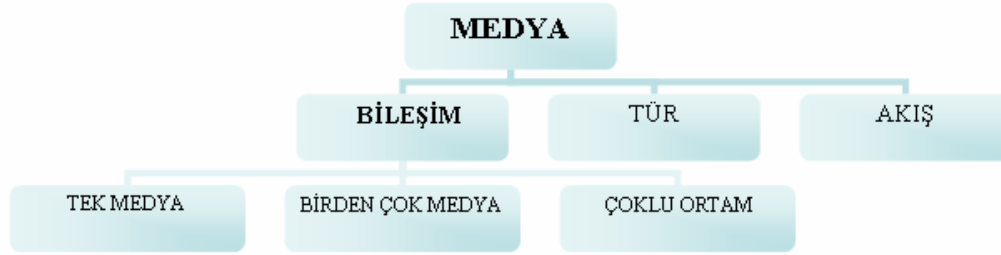
- 1-Medya kullanımı-MEDYA
- 2-Kullanıcılar için gerekli olan ya da içeriğe dahil olan hareket-HAREKET
- 3-Hikaye ve kullanıcı arasındaki potansiyel ilişki-İLİŞKİ
- 4-Diğer materyaller tarafından sağlanan genel koşullar-BAĞLAM
- 5-İletişim potansiyeli-İLETİŞİM

3.2.1. Medya

Medya, hikaye paketini yaratmak için çeşitli materyalleri kullanır. Medyaya baktığımızda, karşımıza üç etmen çıkar:

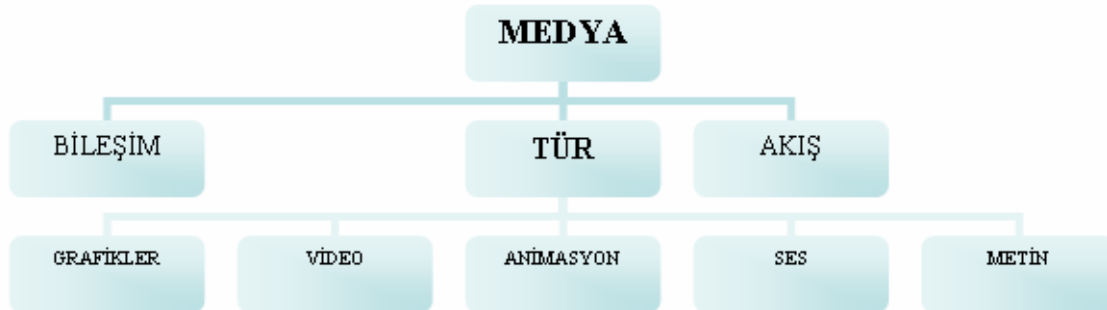


Bileşim (configuration): Hikaye paketinde kullanılan medyalar arasındaki ilişkidir. Üç farklı biçimde ilişki söz konusudur:



- 1- Tek Medya (single media): Yalnızca metin ya da yalnızca görüntü gibi, hikaye anlatmak için kullanılan tek bir medya formatı vardır. Örnek için: <http://www.alz.org/AboutAD/Treatment/Standard.asp>
- 2- Birden Çok Medya (multiple media): Hikaye paketi içinde ayrı içerikler gibi duran, birbirlerinden bağımsız değişik medya formatlarını sunar. Örnek için: <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=4509626>
- 3- Çoklu ortam (multimedia): Hikaye paketi içinde grafik, animasyon veya ses gibi, iki ya da daha fazla medya formatının bilgisayar tarafından işlenmesi ve gösterilmesidir. Örnek için: <http://www.aclu.org/pizza/images/screen.swf>

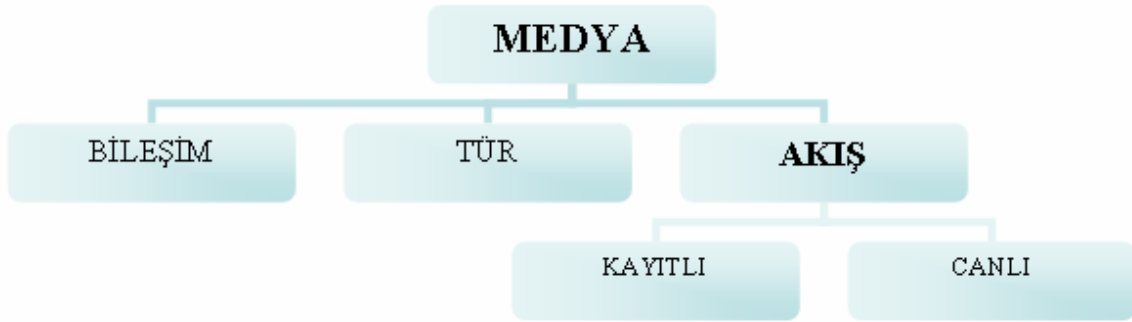
Tür (Type): Hikaye anlatmak için kullanılan medya formatlarıdır:



- Grafikler:
- Resimler
- Çizimler
- İllüstrasyonlar

- Video:
 - Videolar, multimedya uygulamalarının etkinliğini arttırmak amacıyla kullanılırlar.
 - Analog Video
 - Televizyon, video ve kameralar için aynı standart video sinyalini kullanırlar
 - Dijital Video
 - Dijital videolar bilgisayar dosyası olarak depolanabilirler
 - Video formatları
 - AVI – Windows’un standart formatıdır
 - QuickTime
 - MPEG (<http://iletisim.marmara.edu.tr/bilisim/BilDesMedUyg.HTM>).
 - Animasyon:
 - İki Boyutlu Animasyonlar (Flash ve GIF)
 - Üç Boyutlu Animasyonlar
 - Etkileşimli animasyonlar (sanal gerçeklik) (Çalışkan, 2002).
 - Ses:
 - İnsan sesi
 - Anlatıcının kendi sesi
 - Ses Efektleri
 - Müzik
 - Metin: HTML-PDF gibi metin formatları

Akış (currentness): Eş zamanlı ve eş zamanlı olmayan dağıtımı gösterir. İki şekildedir:



1- Kayıtlı (recorded): Eş zamanlı değildir. İçeriğe, ortaya çıktığı zamandan daha sonra ulaşılır. Örnek için: <http://www.guardian.co.uk/audio/>

2- Canlı (live): Eş zamanlıdır. Canlı içerik geciktirmeden verilir. Örnek için: <http://minnesota.publicradio.org/>

3.2.2. Hareket

Dijital hikayeler, içerik içinde hareket ve kullanıcının içeriğe erişimi için gerekli hareket olmak üzere iki alanda hareketi içerirler.



İçerik Hareketi (content action) : Bu hareket üç farklı biçimde oluşur:

- 1- Durağan: İçerik sabittir, hareket etmez. Örnek için:
<http://www.cleveland.com/nursinghomes/index.ssf?/nursinghomes/more/news/ca04ceci1.html>
- 2- Dinamik: Dinamik içerikte, tasarımın içinde gelişen hareket söz konusudur. İçerik hareketi görsel veya işitsel bir biçimde oluşabilir. Örnek için: http://news.bbc.co.uk/1/hi/in_depth/4136289.stm
- 3- Birleşik: Birleşik içerikte durağan ve dinamik bölümlerin her ikisi de yer alır. Örneğin; bir hikaye paketi sabit bir metinle hareketli bir grafiğin birleşiminden oluşabilir. Örnek için:
<http://www.sun-sentinel.com/extras/graphics/news/spycrash/index.htm>



Kullanıcı Hareketi (user action): İçeriğe ulaşmak için kullanıcının yapması gereken hareketlerdir. Kullanıcı hareketi üç farklı biçimdedir:

- 1- Pasif: Pasif içerik, kullanıcının hareketini gerektirmez. İçerik otomatik olarak hareket eder ya da hareket seçeneği yoktur. Örnek için: http://drought.unl.edu/dm/thumbnails/12_week.gif
- 2- Aktif: İçerik hareketini başlatmak ya da sürdürmek için kullanıcının tıklaması ya da bir şey seçmesi için aktif içerik gereklidir. Bu hareket, bir tarayıcı (browser) işlevi değil, ekranda sürekli biçimde bilgi akıtmak ya da ileri veya geri tıklamak gibi, hikaye tasarımının bir parçasıdır. Örnek için:
http://www.consumaseguridad.com/web/es/infografias/especial_transgenicos.php
- 3- Karışıklı: Karışıklı içerik pasif ve aktif durumların bir kombinasyonudur. Örnek için:
http://www.msnbc.com/modules/airport_security/screener/

Online hikayeler, içerik hareketini sağlama ve kullanıcı için gerekli olan sayfa çevirmenin yanı sıra farklı hareket modellerine de sahiptir. Flaş animasyonlar ve kullanıcı kontrollü slayt gösterileri online hikaye anlatımına özgüdür. (Paul ve Fiebich, 2000).

3.2.3. İlişki (relationship)

Dijital hikaye ve kullanıcı arasındaki ilişki, aşağıdaki 5 özelliğe göre açık veya kapalı düzeyde olabilir. Bu beş görünümünden biri “açık konumdaysa, içerik kullanıcı tarafından değiştirilir ve kullanıcı girişini gerektirir. Kapalı konumdaysa, içerik sonludur ve kullanıcı hikayeyi olduğu gibi alır.



Doğrusallık (linearity): Ulaşılabilen içeriğin sırasını gösterir.

1- Doğrusal Olmayan(Açık): Hikaye paketlerinin seçimi kullanıcıya bağlıdır. Birden daha fazla giriş noktası olmalı ya da hikaye parçalarının her biri, kendisi bir hikaye imiş gibi okunmalıdır. Örnek için: <http://slate.msn.com/?id=2061470>

2- Doğrusal(Kapalı): Hikayeler önceden belirlenmiş bir sırada giderler. Kullanıcı baştan başlayıp, içerik sağlayıcının düzenlediği sabit bir yolda ilerlemelidir. Örnek için: <http://national.unitedway.org/aboutuw/>

Özelleştirme (customization): Kişiselleştirilmiş içeriği gösterir.

1- Özelleştirilebilir(Açık): Bu içerik, kullanıcıya geniş bir parçadan seçimler yaparak içeriği kişiselleştirmesini sağlar. Örnek için: <http://www.babynamewizard.com/namevoyager/lnv0105.html>

2- Standart(Kapalı): İçerik özelleştirilemez, herkes aynı içeriği alır.

Hesaplama (calculation): Hesap tutma yeteneğini dikkate alır.

1- Hesaplanabilir(Açık): Dijital hikayeler, kullanıcının girişini gerektiren bir özellik içerir ve sonra kaç kullanıcının giriş yaptığını hesaplar. Bu, anket veya oylama gibi bir yöntemle yapılabilir. Örnek için: <http://seattletimes.nwsourc.com/news/local/links/axtax/>

2- Hesaplanamaz(Kapalı): Hiçbir hesaplama özelliği yoktur.

İşleme (manipulation): İçeriği harekete geçirmek, kullanıcının yeteneğine bağlıdır.

1- İşlenebilir(Açık): Bu içerik, sitedeki bir kısım malzemenin kullanıcı tarafından düzenlenebileceği şekilde tasarlanmıştır. Bu deneysel hikaye tasarımı, kullanıcının katılımına izin verir. Örnek için: <http://www.hhmi.org/biointeractive/vlabs/>

2- Set (Kapalı): İçerik, kullanıcı tarafından düzenlenemez.

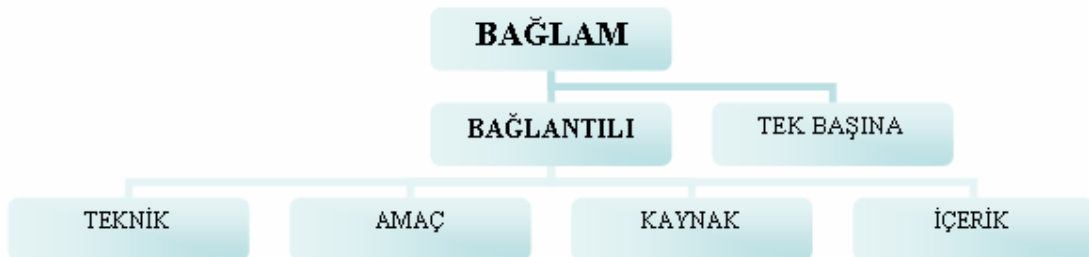
Ekleme (appendage): Kullanıcı tarafından içeriğe yapılan eklemeleri gösterir.

1- Eklenebilir (Açık): Dijital hikayeler, içeriğe kullanıcının eklemeler yapmasına izin verilerek biçimde tasarlanır. Yaygın örnekler arasında, oylama sonuçları ya da forum mesajları sayılabilir. Örnek için: <http://www.pbs.org/americanhigh/>

2- Sonlu (Kapalı): İçeriğe kullanıcı tarafından eklemeler yapılamaz.

3.2.4. Bağlam (Context)

“Onu çevreleyen ve anlamını veren başka bir şeyler” olarak tanımlanır. Örneğin gazetelerdeki bağlam, yan sütunlardaki hikayelerle sağlanır. Dijital hikayeler, ilgili bağlantılı bilgilere linklerle sınırsız bağlam sağlar.



Tek Başına (standalone): Her şey yalnızca hikayelerin içindedir, bağlamsal linkleri içermezler.

Bağlantılı (linked): Bağlantılı hikayeler ek bilgiye ulaşmayı sağlar. Dört özelliği vardır:

1- Teknik: Linkin yerini belirler. İki farklı teknik vardır:

- Yerleşik (embedded): Hikaye metninin içine yerleştirilmiş linklerdir. Hypertext linkler olarak da adlandırılırlar. Örnek için: <http://slate.msn.com/?id=2070832%20%20>

- Yanal (sidebar): Hikaye metninin dışında konumlanmış linklerdir. Örnek için: <http://www.sun-sentinel.com/broadband/theedge/sfl-edge-t-canemaker,0,4142989.flash>

2- Amaç (purpose): Sitenin yer alış nedenini gösterir. Üç farklı amaç söz konusudur:

- Bağlamsal (contextual) linkler, okunan hikayeye uygun belirli bir materyalden yapılıdır. Örnek için: http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk_politics/2489169.stm

- İlgili (related) linkler, aynı başlık altındadır ama okunan hikayeye özgü olması gerekmez. Örnek için: <http://business.timesonline.co.uk/article/0,,16849-1506038,00.html>

- Önerilen (recomended) linkler, kullanıcının son seçimlerine ve ilgisine yönelik olarak materyaller sağlar. Örnek için: <http://www.nytimes.com/>

3- Kaynak (source): Kaynağın kökenini gösterir. Üç farklı kaynak türü vardır:

- İç (internal) linkler, yayıncının web sitesindeki materyallerdir. Örnek için: <http://business.timesonline.co.uk/article/0,,16849-1506038,00.html>

- Dış (external) linkler, web sitesinin dışındaki diğer kaynakları gösterir. Örnek için: <http://www.guardian.co.uk/medicine/story/0,11381,1426499,00.html>

- Karışık (mixed) linkler, her ikisine de yer verilir. Örnek için: <http://www.guardian.co.uk/olympics2012/story/0,14174,1415235,00.html>

4- İçerik (content): Linkin kapsamını tanımlar. İki farklı şekilde sınıflandırılabilir:

- İkili (duplicate) linkler, aynı sunumun, audio veya video versiyonunun yanı sıra, metin olarak yayınlanması gibi, aynı içeriğe farklı medya formatında bağlantıdır. Örnek için: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/Ihaveadream.htm>

- Bütünleyici (supplemental): Orjinal içeriğin bir kopyasına değil, başka bir içeriğe giden linklerdir. Örnek için: <http://www.kstp.com/article/stories/S6631.html?cat=1> (Paul ve Fiebich, 2000).

3.2.5. İletişim

Çok katmanlı iletişim daha önceki medyadan farklı olarak, eşsiz bir online çevre yaratır. İki yönlü iletişim, kullanıcıların diğer kullanıcılarla ya da içerik tasarımcılarıyla iletişim kurmalarını sağlar. Tek yönlü iletişim ise, kullanıcının dijital olarak iletişimine olanak tanımaz.

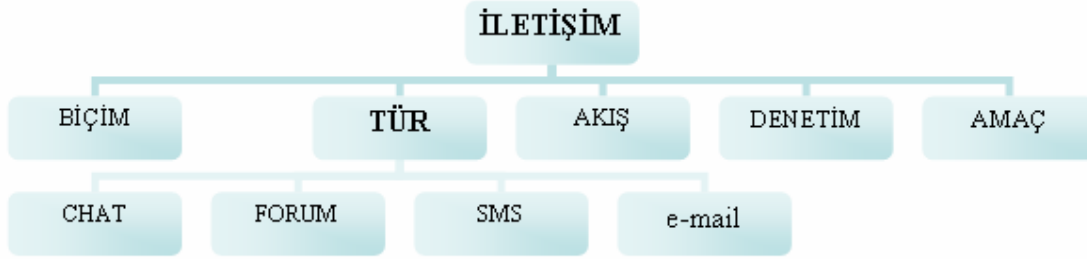


Biçim: İletişimin yönünü belirtir. Dört farklı şekilde biçimlenir:

- Bire bir: İletişim, bir kullanıcı ve başka bir kişi arasında gerçekleşir. Örneğin, içerik yaratıcı ile kullanıcı arasındaki e-mail bağlantısı gibi.

- Bir kişiden-çok kişiye: Bu tür iletişimde, bir kullanıcı birden fazla kişi tarafından okunabilir.

- Çok kişiden-tek kişiye: Online şikayet ya da bireysel sağlık köşeleri gibi, pek çok kullanıcının tek bir bireyle bağlantı kurduğu iletişim türüdür.
- Çok kişiden-çok kişiye: Bir forum bölgesine yapılan bağlantı gibi, çok kişiden çok kişiye gerçekleşen iletişim biçimidir.



Tür: Kullanılan iletişim yöntemlerini belirler. Dört farklı iletişim türü vardır:

- Chat: Gerçek zamanlı, anında mesajlaşma alanlarıdır. Örnek için: <http://msnbc.msn.com/id/3039950/>
- Forum: Diğer kişilerin başka bir zamanda okuyabilecekleri mesajları göndermeyi sağlar. Örnek için: <http://miva.sctimes.com/miva/cgi-bin/miva?Web/index.mv>
- E-mail: Bir ya da daha fazla belirli sayıda kişiye doğrudan ulaşımı sağlar.
- SMS: Kısa mesaj servisi, doğrudan içerik geliştiriciye gönderilebilir. Örnek için: <http://www.beiruttimes.com/news/Jan1305.phtml>

Akış: Eş zamanlı ve eş zamanlı olmayan dağıtımı gösterir.



- Kayıtlı içerik (recorded): Forum gönderilerini ve e-mailleri içerir.
- Canlı İçerik: Chat'leri içerir. Bir chat sırasında gönderilen mesajlar genellikle bir konu seti oluşturur ve o zaman canlı içerik, kayıtlı içerik durumuna geçer.



Denetim: İletişimin düzeltilmesini ifade eder.

- Denetimsiz (unmoderated): Mesajlar foruma incelenmeden, doğrudan gönderilir.
- Denetimli (moderated): Mesajlar foruma gönderilmeden önce incelenir.



Amaç: İletişimin nedenini tanımlar.

- Bilgi alışverişi: Kullanıcının daha fazla bilgi talebine veya yorum elde etmesine yarar.
- Kaydetme: Kullanıcının dağıtım listesine eklenmesini sağlar.
- Ticaret: Kullanıcının satın almasına yarar (Paul ve Fiebich, 2000).

4. SONUÇ

Dijital hikayeleri ortaya çıkaran ana öğelerin birincisi olan MEDYA, geleneksel hikaye anlatımından farklı olarak dijital hikayelerin, sözelliğin yanı sıra görsel ve işitsel bir nitelik taşıdığını göstermektedir. Tek medya ve birden çok medya gibi bileşimlerin yanı sıra grafik, hareketli grafik, metin, ses, animasyon, fotoğraf ve görüntünün birlikte kullanıldığı çoklu ortam olanaklarıyla hikayeler daha zengin bir içerikle sunulmakta; sanal gerçeklik yoluyla kişilerin görme fırsatı bulamadıkları nesne ve yerler hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanmakta; quicktime formatlı hikayeleri ve çeşitli bilgi türlerini resimlerle açıklamak için kullanılan shockwave, flash gibi diğer animasyon araçlarını kullanarak öğrencilerin zengin deneyimler kazanmasına yardımcı olunmakta; karmaşık bilgi görselleştirilerek daha kolay algılanabilir hale getirilmektedir.

Dijital hikaye anlatımı, yalnızca HTML, PDF formatlarını ya da “tipik power point formatını kullanmak yerine, hikaye anlatmak için video ve animasyonun harmanlanmasıyla birlikte ortak iletişim amaçlarına dayalı bir hikaye dizisi yaratmayı içerir. Dijital hikayeler, kişilerin akıllarında kalmasını sağlamak amacıyla mesajları ve düşünceleri ‘satmak için’, yüksek düzeyde etkisi kanıtlanmış olan müzik ve görüntünün bileşimiyle duyguları harekete geçirir. Bu onu, bilgiyi paylaşma yolunda güçlü ve etkili kılar”
<http://www.digitalvigilance.com/outreach/digital%20storytelling.html>).

Diğer bir anlatımla, dijital hikayeyi güçlü, etkili ve kendine özgü kılan, farklı medya türlerini bir arada kullanabilme yeteneğidir.

Dijital hikaye anlatımının ikinci ögesi olan HAREKET, içeriğin aktif olduğu hikayelerde içeriğe ulaşmak için kullanıcının da aktif olması gerektiğini; bilgiye kendi hızıyla ve yöntemiyle ulaşarak kullanıcının her an aktif kaldığını ve kontrolün onun elinde olduğunu göstermektedir.

Dijital hikaye anlatımının üçüncü ögesi olan İLİŞKİ, kapalı durumların dışında, hikaye paketlerinin seçiminin kullanıcıya bağlı olduğunu, kullanıcının istediği materyali seçebileceğini, böyle olunca istediği yerden başlayarak istediği konuda bilgi edinebileceğini, kaç kullanıcının giriş yaptığını hesaplanabilirliğini, hikayelerin işlenebilir ve eklemeler yapılabilir şekilde tasarlandığını göstermektedir. Dijital hikayelerin esneklikleri ve kişiselleştirilebilmeleri özellikle e-öğrenme ortamlarında, “öğrenen ve öğreten arasında genellikle var olan mesafenin kapanmasına yol açmakta, aynı zamanda aralarındaki ilişkinin eşitlenmesini sağlamakta ve öğrenenlerin öğrenme ve öğretenlerle daha rahat ve anlamlı bir şekilde ilişki kurma kapasitelerini arttırıp, empati yapmalarına neden olmaktadır” (Neal, 2001). Dijital hikayeler; interaktif dönüşümlü bir süreçle hikayelerin işlenebilmesine, diğer hikayelerle birleştirilebilmesine veya bağlantı kurulabilmesine özgün bir fırsat sağlar. Bazı hikayeler, her bir izleyici üyesini de hikaye anlatma sürecine katabilir. Katılımcıların kararlarıyla birlikte, hikaye çoklu sonlara ulaşabilir. Bazı durumlarda hikayelere diğer anlatıcılar tarafından eklemeler yapılabilir ya da hikayeler değiştirilebilir.

Kısacası dijital hikaye anlatma, tüm multimedya formları ile birlikte interaktif iletişimin gücünü kullanır ve hikayelerini bir dizi multimedya ile tasarlayan anlatıcılar da özgün bir deneyim elde edebilirler.
http://interact.uoregon.edu/MediaLit/mlr/archIve/VO3NO2/060803_digitalstory.html

Dijital hikayeleri oluşturan öğelerden biri olan BAĞLAM, hikaye metninin içine yerleştirilmiş ya da dışında konumlanmış, ilgili veya önerilen, web sitesinin hem içindeki hem de dışındaki diğer kaynakları ve aynı içeriğe farklı medya formatındaki bağlantıları gösteren linklerle kullanıcıların sayfadan sayfaya, bir bağlantıdan diğer bağlantıya kolaylıkla gidebildiğini göstermektedir.

Hikayeleri okuma ya da görme biçiminden farklı olarak hikaye anlatmanın özgün bir tarafı da, anlatıcıların hikayelerini kullanıcıların girişlerine ve tepkilerine dayalı olarak değiştirebilme yetenekleridir. Bu anlamda dijital teknoloji, internet yoluyla hem forumlarla interaktif hikaye paylaşımını sağlamakta hem de her hikaye materyalinin dağıtımını da gerçekleştirmektedir.

Dijital hikaye anlatmanın son ögesi olan İLETİŞİM ise, chat, forum, e-mail ya da SMS yoluyla, kullanıcılarla içerik tasarımcıları arasında iletişim kurulduğunu, kullanılan iletişim yöntemine göre bu iletişimin eş zamanlı ya da eş zamansız olabileceğini, bazılarının denetlenebileceğini ve bilgi alışverişi, kaydetme, ticaret olmak üzere üç

amaçla iletişimin gerçekleştirildiğini göstermektedir. Kullanıcılarla içerik tasarımcıları (dijital hikaye anlatıcıları) arasında kurulan etkileşim biçimi, “mesajlardaki ton ve ekranlardaki duygularla yaratılan bir ilişki” (Venezky ve Osin, 1991) olarak da tanımlanmaktadır.

Dijital hikaye anlatımını oluşturmaları açısından değerlendirilen bu beş elementin özellikleri, daha kapsamlı bir dijital hikaye anlatma tanımı yapılmasını olanaklı kılmaktadır. Yapılan sınıflandırmadan hareketle dijital hikaye anlatma; interaktif dijital bir ortamda, kullanıcıya bu ortamın kontrolünü vererek onu aktif kılan, kendi bilgisini keşfederek oluşturmasını ve edindiği bilgiyi gerçek yaşam durumlarında uygulamasını sağlayan, bir hikaye akışı içerisinde yol alırken kullanıcının bilgiyi kendince anlamlı bir biçimde zihninde oluşturmasını, alıştırma ve uygulamalar ile pekiştirmesini gerçekleştiren, hikayeyi anlatanın kendi sesinin yanı sıra ses, resim, grafik, hareketli grafik, görüntü, müzik, metin, fotoğraf, animasyon gibi çoklu ortam uygulamalarına dayalı bilgi, eğitim, eğlence vb. amaçlı anlatımın sunulması sürecidir.

Gerçekte dijital ya da sanal, ne şekilde adlandırılırsa adlandırılırsın, dijital hikaye anlatımı teknolojik olanakları zorlayarak yeni bir çizgi ortaya çıkarmaktadır. Bazı anlatı sistemleri tek biçimli metinlerden oluşurken, diğerleri ise gerçekten çağdaş yöntemlere ve zengin dağıtım ağlarına sahip medyayla birleştirilmiş hikayeleri içermekte ve anlatılar dijital ortamda saklanabilir, değiştirilebilir, düzeltilebilir, endekslenebilir, eğlence, eğitim, iş ve araştırma için yeni kullanımlara dönüştürülebilir hale gelmektedir.

Sonuçta, “hikayeler yelpazenin neresinde yer alırsa alsın, içeriği, türü ve ortamı ne olursa olsun, bir hikayeye çekiciliğini kazandıran hikayenin biçimi, hakimiyeti ve gücüdür” (Randall, 1999). Dijital hikayeler de bu gücünü kanıtlamak için sözlü hikaye anlatma geleneğinden kalan mirası ve teknolojiyi kullanır.

5. KAYNAKÇA

- <http://iletisim.marmara.edu.tr/bilisim/BilDesMedUyg.HTM>
http://interact.uoregon.edu/MediaLit/mlr/archIve/VO3NO2/060803_digitalstory.html
<http://www.mercer.edu/mumc/digitalstorytelling.htm>
<http://www.digitalvigilance.com/outreach/digital%20storytelling.html>
Benjamin, W. (1995). Estetize Edilmiş Yaşam, Ünsal Oskay (Sunan). Der Yayınları. İstanbul.
Çalışkan, S. (2002) “Uzaktan Eğitim Sitelerinde Bilgisayar Animasyon Kullanımı”, Uluslararası Katılımlı Açık ve Uzaktan Eğitim Sempozyumu, A.Ü. AÖF 23-25 Mayıs 2002, Eskişehir.
Dede, M.B. (2005). “Öykü Nedir?”
<http://dergibiforum.proboards20.com/index.cgi?board=ykvehikayelerzerinekonuuyorum>
Figa, E. (2004). The Virtualization of Stories and Storytelling. Storytelling Magazine. Vo. 16, No. 2, p. 34–36.
<http://courses.unt.edu/efiga/Figa/VirtualizationofStoriesAndStorytelling.htm>
Güney, E. (1971). Folklor ve Halk Edebiyatı, MEB Yayınları. İstanbul.
Karweik, D. (1999). Story Telling. <http://usscouts.org/usscouts/stories/Storytelling.rtf>
Mutlu, E. (1991.) Televizyonu Anlamak, Gündoğan Yayınları, Ankara.
Neal, L. (2001). “Storytelling at a Distance”, HCI International 2001.
http://elearnmag.org/subpage/sub_page.cfm?section=7&list_item=1&page=1
Nora, P. ve Fiebich, C. (2005) The Elements of Digital Storytelling.
<http://www.inms.umn.edu/Elements/index.php>
Nordengren, F. (1999). Multimedia, Photojournalism and the Web.
<http://www.contentious.com/articles/V2/2-2/qa2-2.html#goal>
Oskay, Ü. (2000). Tek Kişilik Haçlı Seferleri, İnkılap Yayınları, İstanbul.
Randall, W.L. (1999). Bizi Biz Yapan Hikayeler, Çev: Şen Süer Kaya, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
Rule, L.(2005). Digital Storytelling Workshop Agenda-
<http://homepage.mac.com/eportfolios/workshop/AgendaDigitalStory.html>
Venezky, R.ve Osin, L. (1991). The Intelligent Design of Computer-Assisted Instruction. NY: Longman Pub.Group.