

Multimeediat luues keskenduge eesmärgile

Multimeediarakenduse kavandamisel tuleks silmas pidada, millised on rakenduse eesmärgid: kas infomaterjal, õppematerjal, kataloog või reklaam.

Maris Lindoja

Ziili disainer

Lihtsam on valmistada kitsale sihtgrupile määratud piiratud otstarbega toodet kui õppematerjali kõigile vanuseastmetele. Infomaterjali puhul pole niivõrd tähtis efektnel välimus, kuivõrd vajaliku leidmise käepärasus. Tagasihoidlikum välimus tuleb sellisel puhul kasuks ning rohkem tuleks aega ja vaeva kulutada otsingusüsteemidele ja operatiivse info uuendamise võimalustele.

Kuigi multimeedias on rõhk visualiseerimisel, on laserplaadil kindlasti mõtet esitada ka suure tekstimahuga infot – ennekõike just sellepärast, et ühele CD-le mahub mitmekõitelise entsüklopeedia maht. Kataloogidele on

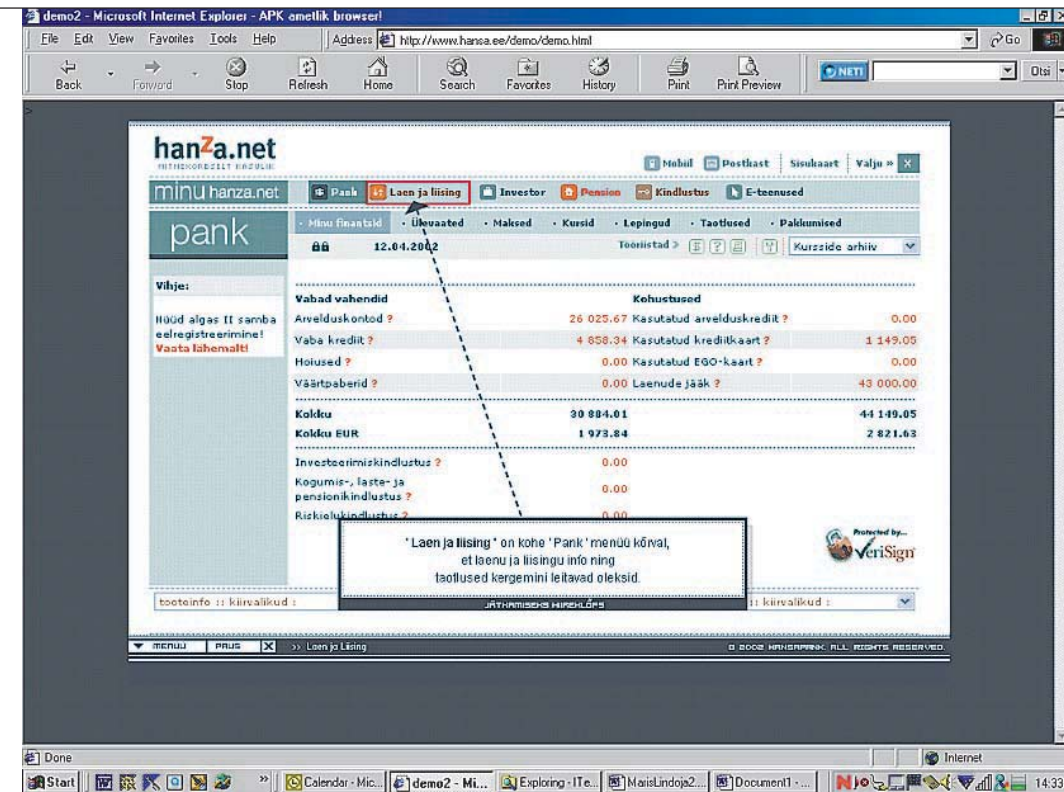
see väga sobiv lahendus. Ehkki paberilt on teksti parem lugeda kui ekraanilt, on CD-le salvestatud tekstil eeliseid: internetist andmete operatiivse uuendamise võimalus, hüperlinkid ehk võimalus lisada linke (viiteid), mille abil saab liikuda tekstiosade vahel mõttelise seosega, mitmekülgse otsinguvõimalused ja muidugi animatsiooni, heli või video integreerimine teksti. Reklaammaterjali puhul on kasulik rakendada multimeediat pilgupüüdjana.

Samuti tuleb teada, milline on esitluskoht: kas seda kasutatakse auditooriumis, individuaalselt või hoopis müügis-esitusel. Üks multimeediatoodete võimaldab tavaliselt katta

kõiki neid eesmärke korraga, kuid lihtsam on valmistada vaid ühe eesmärgiga toode nagu näiteks Äripäeva online-versiooni esitus (vaata www.ziil.ee/disain/ap_heliga.html). Selles sooviti tutvustada online'i erinevust paberlehest ja tuletada juba registreerunud kasutajatele meelde veebiväljaande eeliseid. Äripäeva CD-l olev tempokas Flash-presentatsioon on mõeldud näitamiseks seminaridel ja maakonnaesitlustel. Teise näitena võib tuua mitmeotstarbelise Kreenholmi esitus-CD, mis valmis messi tarbeks, sisaldades firma tutvustust ja kollektiooni. Animeeritud kollektiooni projitseeriti messiboksis taustana ning CD-d jagati infomaterjalina.

Multimeediarakenduse kavandamisel mõelge ka siht-

Kuigi multimeedias on rõhk visualiseerimisel, on laserplaadil kindlasti mõtet esitada ka suure tekstimahuga infot.



Hansapanga veebikülje demoversioon tutvustab pangateenuseid multimeedia kaudu.

grupi peale, st kellele toode on mõeldud. Praegused suuremahulise multimeedia tellijad on peamiselt pangad ja suurettevõtted, kes üritavad sellega kindlat sihtgruppi tabada. Näiteks meelitatakse niimoodi nooremaid tarbijaid, kellele meeldib kirev kujundus, palju tegevust ja mängulisus: Kalevi Kommikas

(www.kalev.ee/kommikas), Pepsi Linn (<http://inspiral.ee/pepsi>). Tavalised on ka pangalehekülgede või kataloogide kasutajatele mõeldud demod (www.hansa.ee/demo/demo.html), mis ärgitavad võtma kasutusele uuemaid tooteversioone. Samuti on raske kujutada animatsiooni ette spordikaupade lehe-

külgi, mis on ju peamiselt mõeldud noortele ja aktiivsetele (www.sportland.ee/kutse/est/). Multimeedia on hea

lahendus trenditoodetele, mille esitamisel saab kasutada kogu võimaluste tularvarki (www.montonfashion.com). □

Lisainfo

- www.cs.tpu.ee/Opilaste_tood/Mag2003.html (TPÜ informaatika eriala magistratööd)
- www.efant.ee (internetipõhine keeleõppekeskkond)
- www.play.ee (liiklusmäng lastele)

Arvutiekraan võimaldab näidata olematut

Multimeedia võimaldab visualiseerida, seega on kolmemõõtmelise mudeli või joonisena võimalik näidata veel olematut.

Nii saab luua visiooni keskkonnast, mida alles hakatakse looma või mille nägemiseks peaks muidu kuskile kilomeetrite kaugusele kohale sõitma. Sellise näitena toob Mindworksi juht Kaspar P. Loit välja koostöö kinnisvaraarendajatega nagu Pankrannik ja Onix Invest (vt www.pankrannik.ee, www.onixinvest.ee). Flashi kasutamine veebilehe valmistamiseks võimaldab näidata seda, mida veel olemas ei ole, ehk visualiseerida loodav keskkond. "Kinnisvaraprojektid on meil kujunenud pärliteks, need on turule tuleku hetkel olnud novaatorlikud. Raske on müüa eksklusiivseid krunte, kui kruntide plaan on skaneeritud tööjooniselt. Selle asemel on võimalik ehitada keerlevad linnaplaanid, kus mahud ja tänavad on äratuntavad, kus on ka laternapostid näha – lihtsam on müüa, kui saad näidata, mida," räägib Loit.

Analoogi otsides on potentsiaalne multimeedia kasutusvaldkond tööriistade kasutamishendid või muud õpetused. Näha, kuidas miski käib, on lihtsam ja arusaadavam, kui luge-

da pikka kasutusõpetust. See oleks hea abivahend esmaabivõtete ja liikluseeskirjade õpetamisest ilmastikunähtuste või korvipunumistehnika selgitamiseks. Võimalikke kasutusi on rohkem, kui loetleda jõuab.

Multimeedia on personaalsem ja võimaldab paremini teha isiku huvidest lähtuvaid valikuid. Et inimene hakkaks infobukletti lugema, peab tal kas igav olema või on tal juba huvi teema vastu olemas. Efektse liikuva sissejuhatusena on võimalik vaataja tähelepanu nii kaita, et tal tekiks huvi ja ta jätkaks vaatamist ka siis, kui teema on võõras. Kasutaja on rohkem hõivatud, kui ta saab ise sekkuda – liikuda edasi endale sobiva kiirusega, ebaühtlased teemad vahele jättes ning endale olulisematele pikemalt süvenedes. Interaktiivses multimeediatootes, kus on vähegi mõeldud navigatsioonile, on kõik need võimalused olemas. Trükitud materjali

koostamisel peab alati mõtlema, kui palju paberile mahub – mida panna, mida välja jätta. Digitaalse infokandja maht on vähem piiratud, sellele võib panna infot erinevate tasanditena – esmasel valikul näete kokkuvõtet, vajadusel liigute järjest detailsema poole. Materjal koostatakse tavaliselt nõnda, et vaataja saab sellega ise tutvuda, vajamata kellegi selgitusi.

Näha, kuidas miski käib, on lihtsam ja arusaadavam, kui lugeda õpetust.

Multimeedia jõuab Eesti haridussüsteemi

Riiklikes õppekavades on multimeedia kasutamine muudetud vajalikuks kõigis õppeainetes. Nii on tekstipõhisele õppele lisandunud visuaalne pool ja audio. Õpitarkvarad ei peaks õpetama ainult ainet, vaid arendama ka õpilaste visuaalse keele kasutusoskust. Riiklik õppekava seab koolidele kohustuse integreerida IT ja meedia kõikidesse õppeainetesse ja selleks on vaja vahendeid ja tarkvara, viimast aga peaaegu ei ole. Enamus olemasolevast on valminud fondide toel või on eestindatud välismaine toode. 2004 detsembris peaks pilootprojektina valmima Tiigrihüppe SA rahastatud Eesti esiajaloo CD. Tööperiood on pikk, hõlmates materjali koostamist, kujundamist, uuesti tööd koostajatega ja programmeerimist. Aasta eest valminud "Siia-sinna läbi linna" on lõbus ja sõbralik mäng 5-10 aastastele lastele, kus linnas seiklemise käigus tuletatakse meelde olulisi liiklusreegleid. Lisatud on liikluskooli osa ja animatsioonid tüüpilisematest olukordadest tänaval. "Siia-sinna läbi linna" läbimüük on ületanud tublisti Eesti keskmist. Keeleõppe tarkvara turul konkureerivad kaks eestindatud toodet: TEA kirjastuse "Talk to Me" ja Kaliptuse vahendatud "EuroPlus+". "Talk to Me!" on väga põhjalik kõnetuvastuse osa – keeleõppija hääldust analüüsitakse ja näidatakse helidiagrammil veed. "EuroPlus+" eeliseks on võrgus töötamise võimalus.

Maris Lindoja