TARKVARA

Multimeediat luues keskenduge eesmärgile

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

Maris Lindoia

Ziili disainer

Lihtsam on valmistada kitsale sihtgrupile määratud piiratud otstarbega toodet kui õppematerjali kõigile vanuseastmetele. Infomateriali puhul pole niivõrd tähtis

efektne välimus, kuivõrd vaialiku leidmise käepärasus. Tagasihoidlikum välimus tuleb sellisel puhul kasuks ning rohkem tuleks aega ja vae- tekstimahuga va kulutada otsin- infot. gusüsteemidele 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 mitmeköitelise entsüklopee-

Näha, kuidas

miski käib, on

arusaadavam, kui

lugeda õpetust.

lihtsam ia

see väga sobiv lahendus. Ehkki paberilt on teksti parem lugeda kui ekraanilt, on CD-le salvestatud tekstil eeliseid: internetist andmete operatiivse

uuendamise võimalus, hüpertekst Kuigi multimeeehk võimalus lisadias on rõhk da linke (viiteid), visualiseerimisel, mille abil saab liion laserplaadil kuda tekstiosade kindlasti mõtet vahel mõttelise esitada ka suure seosega, mitmekülgsed 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 müügiesitlusel. Üks multimeediatoodia maht. Kataloogidele on de võimaldab tavaliselt katta vandamisel mõelge ka siht-

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

Multimeediarakenduse ka-

▼ Otsi • hanZa.net minu hanza.net pank 26 025.67 Kasutatud arvelduskrediit ? Vaba krediit? 4 858.34 Kasutatud krediitkaart? 1 149.05 0.00 Kasutatud EGO-kaart ? Väärtpaberid ? 0.00 Laenude jääk ? 43 000,00 44 149.05 Kokku FUR 1 973 84 2 821 63 0.00 Kogumis-, laste- ja pensionikindlustus 1 "Laen la liising " on kohe "Pank "meni)ű körval » O Calendar - Mic...

Cale

Hansapanga veebikülie demoversioon tutvustab panga teenuseid 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 mängu-

(www.kalev.ee/kommikas), Pepsi Linn (http://inspiral.ee/ pepsi). Tavalised on ka pangalehekülgede või kataloogide kasutajatele mõeldud (www.hansa.ee/ demod demo/demo.html), mis ärgitavad võtma kasutusele uuemaid tooteversioone. Samuti on raske kujutada animatsioolisus: Kalevi Kommikas nita 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 tulevärki (www.montonfashion.com).□

Lisainfo

- www.cs.tpu.ee/Opilaste tood/Mag2003.html (TPÜ informaatika eriala magistritööd)
- www.efant.ee (internetipõhine keeleõppekeskkond)
- www.plav.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 Pank-

rannik 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 kasutamisjuhendid või muud õpetused. Näha, kuidas miski käib, on lihtsam ja arusaadavam, kui lugeda pikka kasutamisõpetust. See oleks hea abivahend esmaabivõtete ja liikluseeskirjade õpetamisest ilmastikunähtuste või korvipunumistehnika selgitamiseni. 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 sissejuhatusega on võima-

> lik vaataja tähelepanu nii köita, 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, ebahuvitavad teemad vahele jättes ning endale olulisematel pikemalt süvenedes. Interaktiivses multimeediatootes, kus on vähegi mõeldud navigatsioonile, on kõik need võimalused olemas. Trükitud materiali

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.

Mitme meediumi korraga kasutamine on mõjuvam kui need eraldi võetuna. Multimeediatoode ühendab video, foto, graafika, teksti, animatsiooni ja heli, olles kõigist neist eraldi võetuna mõjuvam. Kasutaja on rohkem hõivatud kui ainult lugedes või kuulates ning tulemusena võtab vajaliku info kergemini omaks. See on hea tähelepanu hoidmiseks – ühelaadsest infost tüdineb vaataja kiiremini, vaheldus hoiab vastuvõtuvõimet üleval. Mida rohkem erinevaid meediaid soovitakse üheaegselt kasutada, seda keerulisemaks töö muidugi kujuneb.

Animeeritud ja helindatud bänner, mille eesmärk on juhtida vaataja firma kodulehele, on nii levinud, et tavaliselt ei nimetata seda multimeediaks. Ometi koosneb selline bänner tekstist, pildist, animatsioonist, helist ja hüperlingist. Liikuv bänner koos intrigeeriva tekstiga tõmbab tavalisest paarirealisest kuulutusest rohkem tähelepanu. Paljud firmad on jõulutervituse saatmisel loobunud paberist, ümbrikust ja postikuludest ning otsustanud e-kaardi kasuks. Hästi animeeritud, helindatud või muidu mänguline kaart pakub meelelahutust pikemaks ajaks. Lisaks jõuab see iga töötaja kirjakasti – erinevalt paberkaardist, mida peab sekretäri juures vaatamas käima. E-kaardi asemel saab tervituseks saata ka praktilisema väärtusega ekraanisäästia või atraktiivse kella arvuti ekraanile.

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. "Siiasinna 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'l" on väga põhjalik kõnetuvastuse osa - keeleõppija hääldust analüüsitakse ja näidatakse helidiagrammil vead. "EuroPlus+'i" eeliseks on võrgus töötamise võimalus.

20 **ITee** detsember 2003 detsember 2003 **Tee**