

PRISTUP MULTIMEDIJSKIM PROJEKTIMA

ERVIN ŠILIĆ

**NOVENA d.o.o. - Digital Media
Studio
Zagreb, Hrvatska**

UVOD

U ovoj kratkoj prezentaciji nastojat ću vam prenijeti kako multimedijски tim u Noveni prilazi projektima, a time ćemo nešto više reći i o samoj multimediji.

Novena je studio digitalnih medija smješten u Zagrebu, s dugom tradicijom i iskustvom u proizvodnji kreativnih, interaktivnih i multimedijских sadržaja, između ostalih i za muzeje. Od 1996. radili smo na 39 interaktivnih muzejskih projekata. Projekti se kreću od web stranica do kompleksnih multimedijских CD-ROM-ova i prezentacija.

Pokušat ću objasniti kako mi pristupamo zadatku, kako ga planiramo, koji su koraci u proizvodnji, a na kraju ću vam pokazati i neke primjere. Da biste stekli okvirni uvid u cijeli opseg proizvodnje, evo glavnih točaka u razvoju multimedijского projekta.

Prije negoli započnemo s projektom, nastojimo odgovoriti na tri pitanja:

1. Što je cilj projekta?
2. Koja je ciljna grupa (za koju se publiku CD-ROM ponajprije radi)?
3. Kolika je procjena budžeta za taj projekt?

Poznavajući te elemente, krećemo prema scenariju multimedijске prezentacije. To u osnovi znači postavljanje strukture i opsega informacija koje će se sastojati od slika, teksta, glazbe, videa, animacije, njihove međusobne interakcije te interakcije s korisnikom.

Pošto se scenarij i cijena izrade prihvate, sljedeći je korak realizacija projekta.

Okvirni redoslijed realizacije projekta sastoji se od:

- oblikovanja sučelja,
- postavljanja navigacijske strukture,
- prikupljanja podataka (teksta, slika i ostaloga),
- fotografiranja,
- snimanja videa,
- snimanja audiomaterijala,
- skladanja glazbe,
- oblikovanja i programiranja animacija,
- programiranja baze podataka,
- integriranja svih elemenata u interaktivnu cjelinu,
- testiranja, koje obavlja administrator u timu, ali i klijent,
- planiranje i izrada ovitka,
- proizvodnje CD-ROM-a.

U tom procesu proizvodnje ima nekih točaka koje ne smijemo zaboraviti, a to su:

1. multimedija nije tiskani materijal,
2. uključuje korisnika više od drugih medija,
3. zaokuplja pozornost i inspirira,
4. pokazuje više,
5. intuitivna je,
6. inovativna je.

To su vrlo jednostavne, ali iznimno važne točke u stvaranju svakoga multimedijского projekta i zato bih htio o svakoj reći nekoliko riječi.

MULTIMEDIJA NIJE TISKANI MATERIJAL

Bjelodano je jasno da multimedija nije tiskani materijal, ali to bih želio posebno naglasiti, jer je u svijetu medija dominacija tiska dugo trajala, pa se često događa da tiskanu verziju materijala jednostavno prenosimo u multimedijску prezentaciju, a da pri tome ne uzimamo u obzir sva obilježja i prednosti multimedije.

Zato nikad ne smijemo zaboraviti da multimedija nije tiskovni medij. Ona jest to, ali i još mnogo više od toga.

UKLJUČUVANJE KORISNIKA

U prezentaciju želimo uključiti korisnika, jer kad se on aktivno uključi u stjecanje znanja, proces je tada uspješniji. Primjer takve prezentacije je prezentacija nekog interijera pomoću videozapisa i prezentacija istog interijera s virtualnim panoramama.

Utvrđeno je da naša pozornost “bježi” od promatranog predmeta u prosjeku svakih 17 sekundi. To se događa kad, primjerice, pasivno gledamo TV program. No ako smo u interakciji sa sadržajem koji pratimo, pozornost je mnogo veća. U panoramama virtualne šetnje (VR) korisnik sam pokreće pogled pomičući panoramu u željenom smjeru. Kada nema interakcije s VR-om ona stane i čeka korisnikovu akciju. Ta mala korisnikova percepcijsko-motorička interakcija rezultira velikom razlikom u načinu kako korisnik percipira ono što se prikazuje na ekranu. Sudjelovanje korisnika u takvoj vrsti navigacije stvara snažnu iluziju da se nalazi u prostoru koji promatra u VR-u.

PRIVLAČENJE POZORNOSTI I INSPIRIRANJE

Kako bismo inspirirali korisnika da krene dalje u otkrivanju znanja na multimedijskoj prezentaciji, važno ga je nečim privući. Njegovu je pozornost moguće usredotočiti na neku malu stvar koja ga može inspirirati, pri čemu se koristimo efektom iznenađenja i kontrasta. Primjerice, to može biti neka kutija koja se iznenada otvori, ispuštanje nekog zvuka u određenoj situaciji ili nešto slično. Pritom treba imati na umu činjenicu da pretjerana količina ili intenzitet takvih “usmjerivača” pozornosti može biti kontraproduktivna i prouzročiti smetnje, a ne pomoći u pregledavanju sadržaja. Ako se neki od efekata učestalo ponavlja, onda oni više nisu iznenađenje ili novost nego mogu postati iritantni.

POKAZATI VIŠE

Najvažnija kvaliteta multimedije jest mogućnost kombiniranja različitih medija poput slike, zvuka, teksta, videa i animacije radi predstavljanja određene ideje. Koji će se medij koristiti, ovisit će o naravi sadržaja koji se prikazuje. Primjerice, lavež pasa se može opisati ali ga je najjednostavnije predstaviti audiozapisom, odnosno let ptice videoisječkom, itd.

Nadalje, multimedija je idealna za prezentiranje velike količine podataka, što se može oblikovati tako da odgovara korisniku, čime sami podaci postaju pristupačniji. Pretraživanje i organizacija podataka u multimedijском okruženju je mnogo lakša i brža od pretraživanja po knjigama na policama ili po gomili fotografija u kutiji.

Jedan od nedostataka multimedije kad je riječ o velikom tekstu jest korisniko-

va navika da radije čita tiskanu verziju na papiru nego na računalnom ekranu. U multimediji se to može premostiti uvođenjem audiozapisa teksta koji čita spiker. To će ovisiti o tipu teksta. Znanstveni tekstovi s formulama i raznim grafičkim prikazima nisu prikladni za takvo predstavljanje, dok tekst kataloga izložbe može biti idealan primjer za uvođenje spikera ili možda samog autora koji će ga čitati.

INTUITIVNOST

Multimedijska je prezentacija najčešće ograničena veličinom računalnog ekrana, koji je obično premalen da bi na nj stalo sve što bismo htjeli prikazati. Stoga intuitivna i samootkrivajuća navigacija ima presudnu važnost.

Prema nekim istraživanjima, izbornici koji imaju više od deset elemenata teže se prate od onih koji ih imaju manje. Nasuprot tome, izbornike koji su imali manje od pet elemenata navigacije korisnici su doživljavali kao prešture. Zato nije čudno što većina navigacijske strukture u mnogim dobro dizajniranim multimedijским projektima ima oko sedam navigacijskih elemenata jer će ih korisnik najlakše moći prepoznati i koristiti se njima.

INOVATIVNOST

Novi tehnološki trendovi obično se vrlo brzo prilagođuju multimedijским projektima, a izmjenjuju se takvom brzinom da moramo stalno pratiti što se zbiva. Trčanje za najnovijim dostignućima ne treba biti cilj samo po sebi, ali valja pratiti tehnološki napredak i adaptirati one dijelove koji mogu poboljšati našu prezentaciju i učiniti je još zanimljivijom korisnicima.

CILJEVI I ZAKLJUČAK

Koristeći se svim prednostima multimedije i angažirajući sve korisnike osjete (odnosno više njih), velika je mogućnost da ćemo mu uspjeti predstaviti željeni sadržaj na atraktivan način. Samo korištenje tehnologije nipošto nije jamstvo uspjeha. Samo dobar scenarij, mudro i uravnoteženo korištenje pojedinih medija (slike, videa, audija, animacije) može rezultirati harmoničnom i atraktivnom multimedijском prezentacijom.

Često je važna količina materijala koji se prezentira. Multimedia može sadržavati velike količine podataka, a da pri prvom pogledu ne prepadne korisnika jer će mu moći prenijeti samo on što mu određenom trenutku bude potrebno. Mogućnost višestrukog pregleda i slaganja te pretraživanja podataka velika je prednost multimedije kojom se treba koristiti kada god je to moguće i potrebno. Planiranje dobrog scenarija za multimedijску prezentaciju prvi je korak prema uspjehu i tek tada CD-ROM izdanje može postati nešto više i drugačije od tiskanog kataloga.

PREZENTACIJA

Primjeri CD-ROM-ova i DVD-ova koji ilustriraju šest navedenih točaka:

RE:member CRO

Dubrovnik, portret grada

Zvonimir Faist: Diktati vremena, MZG, Zagreb, 2006.

Tehnički muzej Zagreb

DVD The Best in Heritage.

AN APPROACH TO MULTIMEDIA PRESENTATIONS

Planning how to make a scenario for multimedia presentation of a museum we should ask ourselves whether we have used all the possibilities multi-

media is giving us. The long time printed materials domination frequently results just in copying the content to the new media with a little or no change. Text, colour or photography reign in the print, while in a multimedia presentation we add the use of video, sound, animation, and the most important, interactivity.

Using all advantages of multimedia, the desired material can be conveyed to the user more realistically. The quantity of the material being presented is also a frequent issue. Too much material (text, photos, illustrations, etc.) can repel the user when he/she sees its range at the first sight,

as it is the case with a printed publication which dimensions realistically illustrate the quantity of the material. With multimedia, if the content is well structured, such problems do not exist, since the user will consume as much as he/she is interested in, not knowing how much material is yet to be searched. By making the right scenario for multimedia presentation of some content, we will achieve much more than it has been the case with a printed catalogue.

Multimedia enables us to present the material in a more direct way becoming much more than a mere accompanying material of exhibition.