

# Multimeedia oluline roll firmastiili loomisel

Multimeediakultuur on noor, kuid kiiresti arenev. Üksikuna ei ole multimeediatootel tihtipeale efekti, kuid see võib olla üks osa firmastiilist.

Maris Lindoja

Ziili disainer

Andmete esitamine klientidele, töötajatele ja avalikkusele usaldatakse üha sagedamini interaktiivsele multimeediale, mis õpetab, teavitab, reklaamib ja müüb uut moodi, töhusamalt ja pillkupüüdvamalt, seisab 1999. aasta raamatus "Paeluv multimeedia". Tavalisemad multimeediarakendused on e-kaardid ja bännerid, tarbijamängud internetis, animeeritud veebilehed. Keerukamateks on tootesitlused või firmatutvustused, aga ka elektroonilised õppematerjalid, raa-

matud, virtuaalgaleriid, mängud. Multimeedias võetakse erinevate meediate vahendid (nt heli, video ja tekst) ja seotakse see kokku üheks tervikuks, mis teenib ühte eesmärki – olgu selleks kunst, äri, teadus vms.

Sõna "multimeedia" kasutatakse päris palju ja ei kujuta ettegi, et multimeediavõimalustega arvutit kutsutaks kuidagi teisiti. Samas kipub paljukasutatud mõiste hägusuma, sest ühest küljest selle tähenduse üle enam ei mõeldaks, teisalt on areng kiire ja mitmesuunaline. Kõige levinum multimeediaseade on perso-

naalarvuti ja seetõttu seostub mõiste sageli just arvuti vahendatud meediumitega. Samuti on rakendustega: multimeedia kujutatakse kõige enam ette arvutiekraanil nähtud pillkupüüvat animatsiooni, mängu või esitlust. Multimeediatooded võivad sisaldada teksti, graafikat, videot, animatsiooni, heli, tantsu, valgust, lõhna, kehalist kogemust jms. Tavapäraselt mõeldakse multimeedia all siiski arvuti poolt vahendatud digitaalseid meedidume, mis arenevad tarkvara ja riistvara arengust sõltuvalt. Multimeediat seostatakse tihti ühe selle võimaliku kandja CD-ROMiga. Kui materjal avaldatakse esmalt CD-l, püütakse see tänapäeval paralleelselt üles seada ka interneti, nii et

lahenduste tegijaid ja see on suletud ring: vähe infot ja vähe tellijaid, tegijad ei arene või rakendavad oma potentsiaali muus suunas. Multimeedia praegust seisut Eestis võib nimetada samasuguseks nagu reklaamiturul kümme aastat tagasi – ka siis küsiti algajatel reklaamitegijatel, miks nad sellega tegelevad. Multimeedia võimaluste laialdase kasutamise perspektiiv paistab ahvatlev, kuid tehakse peamiselt väiksemahulisi rakendusi ehk bannereid ja e-kaarte. Nii ongi seminaridel peamine esitlusvahend Powerpoint, sest sellega suudab lektor ise, kiiresti ja kuldeta oma kava kokku panna – mis sellest, et publikut selline esitusviis eriti ei köida.

Praegused suuremahulise multimeedia tellijad on Eestis pangad ja suuretevõtted. Kuid multimeedia valmistamise programmid arenevad kiiresti ja töö nendega lihtsustub. Kiire arengu miinuseks aegub multimeediatoodete kiiresti, nagu on juhtunud näiteks Regio autoteede atlase CDga. See valmistati oma aja võimaluste kohaselt, kuid kolm aastat pärast turule toomist tundub toode juba aegunud olevat, ka jääb puudu atraktiivsusest. Atraktiivsus on väga tähtis, tunnustab Regio osakonnajuhataja Leida Lepik. Regio plaanibki atlase uut versiooni, kuid selle teostamine täies ilus sõltub riigi toetusest. Kavas on mängudele sarnaneva kolmemõõtme lise keskkonna rajamine – inimesel on asju lihtsam ette kujutada nii, nagu need looduses reaalselt olemas on. Samuti mõeldakse Regios, kuidas võimaldada teekonda paremini planeerida, ja kiiremale ning

**Multimeedia seisut Eestis võib nimetada samasuguseks nagu reklaamiturul kümme aastat tagasi – ka siis küsiti algajatel reklaamitegijatel, miks nad sellega tegelevad.**

tati oma aja võimaluste kohaselt, kuid kolm aastat pärast turule toomist tundub toode juba aegunud olevat, ka jääb puudu atraktiivsusest. Atraktiivsus on väga tähtis, tunnustab Regio osakonnajuhataja Leida Lepik. Regio plaanibki atlase uut versiooni, kuid selle teostamine täies ilus sõltub riigi toetusest. Kavas on mängudele sarnaneva kolmemõõtme lise keskkonna rajamine – inimesel on asju lihtsam ette kujutada nii, nagu need looduses reaalselt olemas on. Samuti mõeldakse Regios, kuidas võimaldada teekonda paremini planeerida, ja kiiremale ning

Neid firmasid, kes nimetavad oma tegevusvaldkonnaks multimeediat, on Eestis vaid kümnekond. Multimeediaga puutuvad kokku küll vähem või rohkem kõik veebirakendustega seotud firmad, kuid mahult on see valdkond vähem tähtis ja seetõttu seda eraldi ei mainita. Multimeediaalendus on toode, mida on hea näidata portfellis kui tippu, milleks firma on võimeline. Muidugi napib Eestis ka multimeedia-

mitmekülgsemale päringute sooritamisele. Kuigi multimeedia on palju eeliseid, piirab näiteks suuremahuliste esitlus-CDde kasutamist paljude jaoks selle valmistamise hind. Põhjus on selles, et animatsioon, pildi-, video- ja helitöötlus ehk kõik see, mis teebki multimeedia nii ahvatlevaks, on aeganõudev ja tömahukas. Kuigi CD andmekandjana ja ka nende tiražeerimine on odav, ei suuda see üles kaaluda sisu koostamise kulusid. Väikeettevõtja võib see muuta nõutuks, kuid on olemas head näited ühiste tööna valminud projektidest. Nii koostati aastatel 1999 ja 2000 tollase Investeeringute ja Kaubanduse Arendamise Siht-



Eesti puidutööstuste mõne aasta tagune ühine CD sisaldab lisaks ettevõtete infole ka andmeid messide kohta ning atraktiivse lühiülevaate Eestist.

## Kasutage multimeediat, kui on vaja

- näidata visiooni,
- olla efektne ja emotsionaalne,
- püüda pilku ja samaaegselt vaatajat informeerida,
- käepäraselt ära paigutada suur hulk teavet,
- ühekorraga kasutada või esitada erisugust materjali,
- tagada info, kuid puudub personaalse suhtlemise võimalus.

Allikas: Maris Lindoja

mitmekülgsemale päringute sooritamisele.

Kuigi multimeedia on palju eeliseid, piirab näiteks suuremahuliste esitlus-CDde kasutamist paljude jaoks selle valmistamise hind. Põhjus on selles, et animatsioon, pildi-, video- ja helitöötlus ehk kõik see, mis teebki multimeedia nii ahvatlevaks, on aeganõudev ja tömahukas. Kuigi CD andmekandjana ja ka nende tiražeerimine on odav, ei suuda see üles kaaluda sisu koostamise kulusid. Väikeettevõtja võib see muuta nõutuks, kuid on olemas head näited ühiste tööna valminud projektidest. Nii koostati aastatel 1999 ja 2000 tollase Investeeringute ja Kaubanduse Arendamise Siht-

asutuse koordineerimisel välis- turule mõeldud tekstiili- ja puidutootjaid tutvustavad CDd. Iga ettevõtja sai sellel näidata oma toodete paremiku fotodena, lisaks kontaktandmed ning lühiülevaate firmast. CD-lt oli võimalus interaktiivselt liikuda sellel olnud firmade kodulehekülgedele.

Projekt oli siiski natuke ajast ees – paljud välisfirmad oleksid sel ajal eelistanud infot saada veel paberandjal ning hilisemad kataloogid osustati trükkida. Praegu on ettevõtjatel võimalik analoogse infomaterjali valmistamiseks saada toetust Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse ekspordiplaani programmist lisaks muudele toeta-

tavatele tegevustele kas välismessi külastuseks, sellel osalemiseks või eksporditurudele suunatud reklaammaterjalide valmistamiseks. "Analoogsete ühisprojektide käivitamine peaks olema erialaliitude südameasi," usub EASi välisinvesteeringute nõunik Reet Truuts. Masinatööstuse Liidus, mille üheks eesmärgiks on aidata ettevõtetel tutvustada oma tooteid ja tootmist, ongi hetkel käsil andmebaaside koostamine ning ühe osana sellest info-CD väljajaandmine. "Kui mõni teine tööstus haru on sarnasest ettevõtmisest huvitatud, oleme valmis teavet ja kogemusi jagama," lubab liidu juht Jüri Riives. "Projekti juures on tähtis, et me saame tootmist ja toodangut näidata - see ütleb kõigile rohkem kui kirjeldus," lisab ta.

Suure üldistusega võib öelda, et mida enam panna rõhku efektsele välimusele, eriti animatsioonile, seda tömahukamaks ja ka kallimaks kujuneb lõpptulemus. Miks siis ikkagi multimeediat kasutada? Umbes 80% teabest, mis ini-

mene saab, on visuaalne, sest pilt jääb kergemini meelde kui sõna. Multimeedia pakubki teksti osa vähendamist animatsiooni või video kasutamise arvelt. Kõik kirjeldused on võimalik asendada näitamise-ga. Toodet on lihtsam müüa, kui potentsiaalne ostja näeb sellest võimalikult mitmekülgset pilti. Pildist samm edasi on näidata toodet töötavana. Animatsiooni muudab ilmeka-maks ja aitab kinnistada seda toetav heli. Reklaamiuurijad on väitnud, et me-

loodia kinnistub paremini kui tekst. Helitaust on üks mõjuvamaid meeleolu loomise vahendeid. Multimeediale tasub mõelda, kui on käsil firma imidži muutmise. Üksikuna ei ole multimeediatootel tihtipeale efekti, kuid see võib olla üks osa firmastiilist – näiteks animeeritud taustad tootesitlustele. Firma reklaamid, tootekataloogid ja infobukletid võivad siduda ühte keskkonda ja paigutada CD-le. Sellise laserpaadi kinkimine koostööpartnerile annab täielikuma pildi teie firmast. □

on väitnud, et meeloodia kinnistub paremini kui tekst. Helitaust on üks mõjuvamaid meeleolu loomise vahendeid. Multimeediale tasub mõelda, kui on käsil firma imidži muutmise. Üksikuna ei ole multimeediatootel tihtipeale efekti, kuid see võib olla üks osa firmastiilist – näiteks animeeritud taustad tootesitlustele. Firma reklaamid, tootekataloogid ja infobukletid võivad siduda ühte keskkonda ja paigutada CD-le. Sellise laserpaadi kinkimine koostööpartnerile annab täielikuma pildi teie firmast. □

## Vaid multimeediaga tegelemine ära ei toida



Kaspar P. Loit

Mindworks

Kümneliikmeline meeskond, kes teeks ainult multimeediaalähendusi, sureks Eestis nälga. Toidavad peamiselt mahukad andmebaasipõhised süsteemid, millega klient konkreetset raha teenib. Me teeksim hea meelega mingeid mängu, aga Eesti turg on praktiliste inimeste turg, võib-olla liigagi. Tõsi küll, saadakse aru, et oluline on hea välja näha, kuid kui selgub, et selle eest tuleb ka mõnevõrra rohkem maksta, siis loobutakse. Disain ja atraktiivsus on kahjuks esimesed, mille pealt siinsed ettevõtjad kokku hoiavad. On juhtunud, et lisame projektile multimeediat selleks, et projekt oleks tegijaile ehk meile põnevam, samas oluliselt hinda tõstmata. Seda teed lähevad ka paljud uued tegijad – oma taseme näitamiseks kujundatakse ja animeeritakse toodet hoopis rohkem, kui tellija selle eest maksab.