

La comunicazione multimediale

Struttura logica e
indicazioni operative

1

I protagonisti della comunicazione: mittente e destinatario



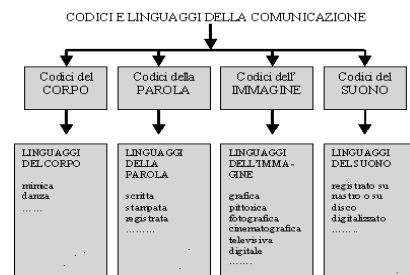
2

La comunicazione è un fenomeno complesso
articolato in elementi dinamicamente
connessi:

- Gli scopi
- Le persone
- La forma
- I segni e i linguaggi
- Le informazioni
- I media

3

La comunicazione utilizza codici (sistemi di regole) noti ai suoi protagonisti



4

Per una comunicazione efficace è necessario
tener conto di vari elementi:

- Lo scopo
- Il target
- L'informazione
- I tempi
- Il linguaggio
- Le tecnologie

5

Il testo come strumento di comunicazione

Il testo, oltre quello scritto, è anche manifesti,
fotografie, quadri, ecc.; ognuno di questi ha
una propria logica comunicativa e regole
specifiche

- Testo verbale
- Testo iconico
- Testo verbo-iconico
- Iper testo
- Ipermedia

6

La struttura logica della comunicazione multimediale

7

La comunicazione multimediale è caratterizzata dall'uso integrato di tecnologie dell'informazione e della comunicazione che utilizzano media diversi, linguaggi diversi, strategie comunicative diverse.

8

Una buona comunicazione ipermediale presuppone una buona progettazione.

Fasi di lavoro:

- Pianificazione
- Definizione contenuti
- Mappa concettuale
- Preparazione oggetti multimediali
- Realizzazione
- Valutazione risultati

9

Gli oggetti multimediali

Formati grafici
Formati audio
Formati video

10

I formati grafici

I file grafici possono essere di numerosi tipi, ognuno con caratteristiche proprie:

- BITMAP costituito da una griglia di punti. Fino a 16 milioni di colori, grandi dimensioni.
- GIF 256 colori. *Gif trasparenti. Gif animate* Dimensioni ridotte.
- JPEG 16 milioni di colori. Formato compresso (modificabile). Usato in internet.
- WMF (*Windows' MetaFile*) formato grafico di tipo *vettoriale*. ridimensionabile senza perdita di qualità.

11

I formati sonori

- MIDI usa il metodo dello spartito e dello strumento campionato.
- WAVE suono digitalizzato. Supporta diversi livelli di campionamento
- MP3 codifica basata sui fenomeni psico-acustici

12

I formati video

- AVI.
- M-JPEG flusso ad alta velocità di immagini JPEG.
- MPEG2 standard per le immagini digitali e l'audio di alta qualità.
- MPEG4 miglioramento rispetto ai precedenti standards; può gestire video con testo e grafica.

13

Il testo verbale

La logica è di tipo sequenziale

Deve fare riferimento a comunità parlanti la stessa lingua

Utilizza codici che hanno scarso impatto immediato, ma inducono maggiore riflessione



Il testo iconico

La logica è di tipo connessionistico (componenti mostrati simultaneamente)

E' un linguaggio di tipo universale

Attira maggiormente l'attenzione



Il testo verbo - iconico

La comunicazione diventa sicuramente più efficace, perché si unisce la chiarezza e la forza del linguaggio verbale alla suggestione dell'immagine.

Il manifesto, il fumetto, il testo informatico sono esempi di linguaggio verbo – iconico.



L'ipertesto

Insieme di componenti testuali fra i quali sono possibili collegamenti (link).

La lettura non è sequenziale, ma permette percorsi reticolari personalizzati tra le unità informative (nodi).

La struttura degli ipertesti si avvicinano molto al modo di ragionare della nostra mente.



L'ipermedia

Con ipermedia si indica un multimedia a struttura ipertestuale con utilizzo di più codici espressivi all'interno del testo; è l'integrazione di vari media (il testo, la voce, la musica, le immagini fisse, i filmati..) in un ambiente non sequenziale.

Multimedialità
utilizzo di vari media

+

Ipertestualità
personalizzazione dei percorsi

=

Ipermedia



La pianificazione

Consiste nell'individuare lo scenario con la scelta degli obiettivi, dell'argomento, dei destinatari, dei mezzi comunicativi.



La definizione dei contenuti

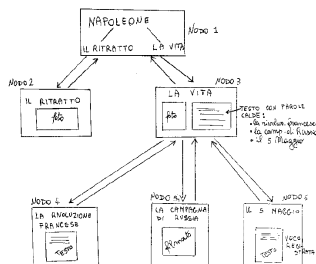
Consiste nello studio, nella ricerca e nella raccolta dei materiali.

In questa fase si selezionano gli elementi significativi per una comunicazione efficace.



La mappa concettuale

Evidenzia le relazioni tra i contenuti scelti per la comunicazione.



La preparazione degli oggetti

In questa fase si realizzano gli oggetti multimediali che costituiranno i nodi della presentazione.

Ognuno di questi oggetti presuppone l'utilizzo di uno specifico programma.



La realizzazione

Fase in cui vengono assemblati gli oggetti multimediali perché abbiano la struttura definita nella mappa concettuale.

La realizzazione dipende dallo strumento tecnologico informatico scelto per la diffusione del messaggio.



La realizzazione

- Cd – rom DVD
- Presentazione
- Internet



	La valutazione dei risultati In questa fase si verifica la validità della realizzazione testando: <table><tr><td>■ La chiarezza</td><td>■ La qualità</td></tr><tr><td>■ La pertinenza</td><td>■ L' incisività</td></tr><tr><td>■ L' effetto visivo</td><td>■ La navigabilità</td></tr><tr><td>■ La leggibilità</td><td>■ L' efficacia della comunicazione</td></tr></table>	■ La chiarezza	■ La qualità	■ La pertinenza	■ L' incisività	■ L' effetto visivo	■ La navigabilità	■ La leggibilità	■ L' efficacia della comunicazione
	■ La chiarezza	■ La qualità							
	■ La pertinenza	■ L' incisività							
	■ L' effetto visivo	■ La navigabilità							
	■ La leggibilità	■ L' efficacia della comunicazione							