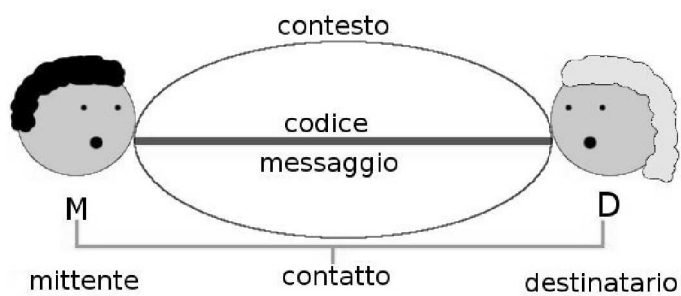


La comunicazione multimediale

Struttura logica e
indicazioni operative

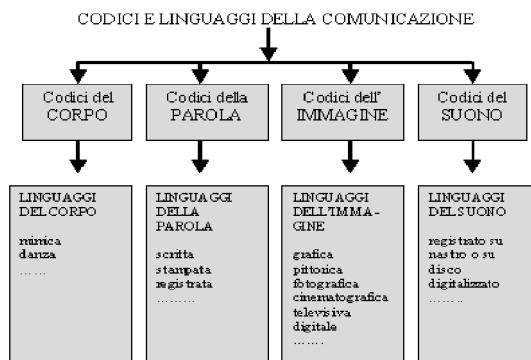
I protagonisti della comunicazione: mittente e destinatario



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

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



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

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

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

La struttura logica della comunicazione multimediale

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

Una buona comunicazione ipermediale
presuppone una buona progettazione.

Fasi di lavoro:

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

Gli oggetti multimediali

Formati grafici

Formati audio

Formati video

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.

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

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.

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.



La pianificazione

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



La definizione dei contenuti

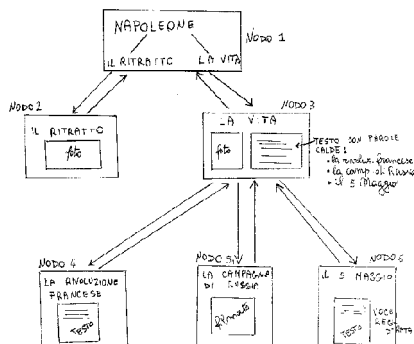
Consiste nello studio, nella ricerca e nella raccolta dei materiali.

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.



Master in Metodi e Tecniche della Co



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.

Master in Metodi e Tecniche della Co



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:

- La chiarezza
- La pertinenza
- L'effetto visivo
- La leggibilità
- La qualità
- L'incisività
- La navigabilità
- L'efficacia della comunicazione