

Värit, visuaalisuus ja multimedia

Hetkyn Akva- ja hypermediakerhojen yhdessä järjestämä tilaisuus 13.3.96 keräsi niin paljon innostuneita kuulijoita, että ATK-instituutin 45 hengen luentosali uhkasi käydä ahtaaksi.

Markku Metsämäki, taiteellinen johtaja Alda Mediasta

Markku Metsämäki aloitti esityksensä perusasioista, kuvaruudun additiivisesta (RGB, Red, Green, Blue) ja kirjapainon subtraktiivisesta (CMYK, Cyanid, Magneta, Yellow, black) väriskaalasta.

Mosaiikkimaisia kuvakkeita tehdään antamalla vain vihjeitä, ei piirtämällä paksuja ääri viivoja. Kuvien suunnittelu saa uusia haasteita, jos saman kuvan pitää toimia sekä näytöllä että julkaisussa, jonka kopion kopioidenkin pitäisi olla luettavia eikä harmaata kuvamössöä.

Markku Metsämäki näytti esitystään tukevat esimerkit diakuvin. Hän näytti, miten harmaaseen esineeseen kuten mikroon saadaan sateenkaaren värit, jos valon annetaan langeta kohteeseen oikealla tavalla, ja miten väreillä voidaan havainnollistaa ”mukavien saastehiukkasten kulkua pitkin Los Angelesia”.

Web-sivut

Web-sivuilla harmaa tausta on paras. Valkoisella taustalla lukeminen on kuin lukisi kirkkaassa auringonvalossa. Taustakuvaa voidaan käyttää, jos sillä on informaatioarvoa, mutta lukeminen hidastuu, jos taustan kuvat interferoivat tekstin kanssa.

Markku Metsämäki antoi yleisohjeen: Sävyttäkää kuvat lukijan maun mukaan. Esimerkiksi amerikkalaisilla on kirkas, värikäs maku, kun taas eurooppalaisten maku on hillitty ja rauhallinen.

Petri Seppä, päägraafikko Mediayhtiö Sansibarista

Multimediaa tehdään takaraivolla, selällä ja vatsalla, kertoi Petri Seppä. Hänen oman tekotapansa resepti on: Käytetään kaikkea mahdollista mitä käteen sattuu eikä mietitä yksityiskohtia. Mutta säilytetään tietysti tyyliä. Käyttöliittymää suunniteltaessa yritetään eläytyä käyttäjän asemaan. Esimerkkeinä erilaisista käyttöliittymistä hän esitteli Multimedia ToolBookilla toteutetut cd-rom-teokset Kinopalatsi, China Discovery ja Virtuaalijääkäri. Teokset olivat keskenään hyvin erilaisia, mutta jokainen niistä tarjosi upeita elämyksiä, kuin hyvä elokuva tai taidenäyttely.

Kinopalatsi, China Discovery, Virtuaalijääkärit

Kinopalatsin käyttöliittymänä on työväentalo, joka johdattaa vanhanaikaisten elokuvien tunnelmaan. Koko teoksessa on vanhan valokuvan tuntu, joka näkyy rypyläisissä reunoissa ja sivujen värimaailmassa.

China Discoveryssa on valokuva-albumimainen lähestymistapa. Tämä opetushallituksen kustantama vähän koulumainen teos on tarkoitettu kaikille Kiinasta kiinnostuneille, ja antaa tuntuman itämaiseen kulttuuriin.

Virtuaalijääkäreissä haettiin erilaista ratkaisua tarinankerronnalle, nimenomaan pääsyä tunnelmaan. Käyttöliittymänä on tutkijan pöytä, jolla voi vaellella, ja josta voi selailla ja hakea asioita. Takaisinpäin tarinassa pääsee sivulla olevasta verempunaisesta repeämästä. Virtuaalijääkäreihin kuuluu sarjakuvamainen, jääkäriklisheitä sisältävä peli.

Kriittistä keskustelua

Kinopalatsista elokuvia sai hakea elokuvan tai näyttelijän nimellä. Mutta teoksesta ei löytynyt "sitä elokuvaa, jossa on kreivi" hakusanalla "kreivi", vaan hakusanana tarvittiin elokuvan koko nimi "Katariina ja Munkkiniemen kreivi" tai elokuvan pääosan esittäjän, esimerkiksi Leif Wagerin, nimi.

China Discoveryn viidestä asiaryhmästä ei löytynyt Kiinan uskontoja, ei myöskään yksityiskohtaisia neuvoja, miten puikoilla syödään.

Petri Seppä selitti, että teokset on tarkoitettu etsimiseen, penkomiseen, löytöretkien tekemiseen. Mennään sisään teokseen ja uteliaana katsotaan ympärille, mitä löytyy, etsitään tunnelmia eikä faktoja. Hetkyläinen yleisö kuitenkin kysyi, mistä Petri tietää, että ihmiset käyttäytyvät hänen kuvaamallaan tavalla. Vanhempi sukupolvi ainakin haluaa nopeasti faktatietoja eikä viihdettä.

Tekemisen innostus

Kunnon alkusuunnittelu, josta tosin Suomessa ei kauheasti makseta, on tärkeää multimedian tekemisessä. Jenkeissä projektit ovat ihan toisen tyyppisiä kuin meillä. Siellä suunnitteluvaihe kestää vuoden ja tuottaa "suunnitteluraamatun", johon kaikki on kirjoitettu valmiiksi. Siitä tehtävät jaetaan graafikoille, jotka toteuttavat ne kuukaudessa.

Suomessa projektin ensimmäinen kuukausi kuluu käsikirjoittamisessa ja piirtämisessä. Sen jälkeen juodaan kahvia ja keskustellaan. Kahvin juonti ei ole pakollista, mutta tekijätiimin "mitä jos" -keskustelut ovat, tehdäänhän multimediasa jotain sellaista, mitä oikeasti ei ole olemassa. Joka kerta pyritään myös löytämään innostus aiheeseen, eihän sitä muuten voisi tehdä. Ja projektin lopussa dead line tulee aina liian äkkiä.

Eija Kalliala