

Project
Multimedia

Interactieve

22 juni 2010

vrije Universiteit



amsterdam

S.E. Faassen

studentnummer: 1822292

emailadres: sfn260@few.vu.nl

J.A.K. Merkies

studentnummer: 1813285

emailadres: jms590@few.vu.nl

Groep 28

Project Catwalk

Inhoudsopgave

Introductie		
Concept	- Urban Stiletto	Page 3
	- Project Catwalk	Page 3
Scenario		Page 4
Storygraph	- Toelichting	Page 4
	- Storygraph	Page 5
Storyboard	- Toelichting	Page 5
	- Storyboard	Page 6
Illusionisme		Page 7
Eindvisie Project Catwalk		Page 8

Inhoudsopgave bijlage

Werkwijze & Activiteiten	- Fase 1 t/m 6	Page 9
	- Ximpel ervaring	Page 11

Introductie

Het project dat aan de hand van de cursus Interactieve Multimedia tot stand is gekomen. Deze vier weken durende cursus stond geheel in het teken van het creëren van je eigen interactieve applicatie. Om tot dit doeleinde te komen werden achtereenvolgens het concept, scenario, storygraph en storyboard ontwikkeld en gepresenteerd. Vervolgens begon het harde werk en werd er volop gefilmd, gemonteerd, creatief nagedacht en technisch ontworpen. Het resultaat mag dan ook zeker gezien worden. Welkom bij Project Catwalk.

Concept

Vele onderwerpen zijn al bedacht en vele malen gebruikt als thema voor een interactieve applicatie. Zo waren er dit jaar onderwerpen als rondleidingen in Amsterdam, het milieu, de VU, technische handleidingen, maar ook zagen we originele ideeën voorbij komen als het leren bespelen van een gitaar en het gezond bruinen van je lichaam. Wij, als twee van de weinige meiden van de studie, besloten om zowel origineel te zijn als het chick-gehalte wat omhoog te brengen.

Urban Stiletto

Sinds november 2009 is Urban Stiletto online. Urban Stiletto is een webwinkel opgericht door Jamie. Het is een trekpleister voor jonge, hippe meiden die met veel plezier door het leven gaan. Sinds zijn oprichting loopt de webwinkel dan ook erg goed. Er kunnen niet alleen stoere jackets en schattige tops gekocht worden, ook schoenen, sieraden en tassen zijn er verkrijgbaar in de nieuwste trends. Door de frisse uitstraling wordt Urban Stiletto zelfs al benaderd door grote merken als Keds en Lazamani. Ook wordt Urban Stiletto vertegenwoordigd op de GirlsFair in Amsterdam, waar zo'n 5000 meiden op af komen.

Project Catwalk

Zoals duidelijk mag zijn is Urban Stiletto de inspiratie van Project Catwalk. Want achter de geweldige uitvinding van het online shoppen schuilt ook een keerzijde. Hoe geweldig de kleding er ook uit ziet op internet, in het echt kan dat flink tegenvallen. De stof is veel stugger dan de foto suggereert, het zit toch net allemaal anders op een echt mensenlichaam dan op een pop, en wat online een strak zittend topje lijkt kan zwaar tegenvallen als het daadwerkelijk om een wijder model gaat. Terugsturen dus, en daarbij komt nog de teleurstelling en het voor de tweede keer betalen van de verzendkosten. Met Project Catwalk willen wij deze cycle doorbreken en voorkomen dat meer mensen ten val komen aan het illusionisme van het online shoppen.

Wat wij willen bieden is dat de klant, vóórdat deze koopt, veel meer informatie vergaart over het desbetreffende kledingstuk dan tot nu toe beschikbaar is. Wij gaan verder dan slechts foto's, wij zetten het op film. Voor de klant ziet het er als volgt uit: wanneer je geïnteresseerd bent in een item, klik je erop zodat je op de eigenschappenpagina komt. Je kan er voor kiezen om voordat je het besteld, een filmpje te bekijken waarin een model met het door jou gekozen item over de catwalk loopt. Zo maak je veel sterkere indrukken op over de eigenschappen van het item en kan je vervolgens beslissen of het in jouw kledingkast past of niet.

Scenario

Het basisidee zijn wij verder gaan ontwikkelen. Wat als we de klant naast het bieden van een filmpje ook de gelegenheid geven om het item te combineren en stijlen naar persoonlijke keuze? Het lijkt een klein idee, maar is veel werk. Daarom hebben we uiteindelijk gekozen om drie items uit te kiezen die centraal staan in onze applicatie. Bij elk van deze drie items kan worden gekozen uit twee contrasterende stijlen. Deze worden gekozen aan de hand van het bepalen in welke “mood” je bent, zoals ben je in de relaxin’ mood of in de party mood. Vervolgens kan nog gekozen worden uit een bepaalde, matchende lokatie, of slechts voor je favoriete voorgeselecteerde items. Hierop kom je uiteindelijk op het gekozen filmpje terecht van je gekozen item in jouw stijl.

Storygraph

Toelichting

Het idee achter een storygraph is op een eenvoudige, duidelijke manier aan te geven wat er binnen je applicatie plaatsvindt. Zoals in ons storygraph te zien is zijn er in totaal eenentwintig keuzes mogelijk en acht verschillende eindfilmpjes. Om tot een eindfilmpje te komen moet je drie verschillende keuzemomenten doorlopen.

De eerste keuze die gemaakt moet worden is in welk van de drie items je het meest geïnteresseerd bent. Wanneer er op een item geklikt is, kom je bij het volgende keuzemoment.

De tweede keuze bestaat uit het bepalen in welke “mood” je bent. Heb je zin om het vandaag rustig aan te doen, zin om te stappen, of heb je zin om een hapje te gaan eten, etcetera. In dit tweede keuzemoment kan je kiezen uit twee contrasterende moods die beiden leiden tot een verschillend volgend keuzemoment. Met deze keuze wordt bepaald welk eindfilmpje aan jou getoond zal worden.

Bij het derde keuzemoment kan je voor je persoonlijke stijl kiezen door middel van een lokatie of je gekozen item met matchende accessoires. Uiteindelijk zullen beide keuzes bij hetzelfde eindfilmpje uitkomen.

Storygraph

Ons storygraph zoals hij ook op onze website is geplubliceerd.



Storyboard

Toelichting

Een storyboard wordt gezien als een filmscript. Wij hebben het gebruikt om de hoofdpunten van onze applicatie aan te geven en hoe deze te realiseren. Aangezien we voor onze applicatie veel werk hebben gehad aan het zelf filmen was dit een handige hulp. Het hielp ons in het georganiseerd aanpakken van de shoots. Vooral omdat we op verschillende locaties hebben gefilmd, was het fijn om iets bij de hand te hebben wat de behoeften voor een bepaalde shoot weergaf.

Storyboard

Ons storyboard zoals hij ook op onze website is geplubliceerd.

Project Batwalk



Look 1 *Festival*
Datum: 17-06-2010
Lokatie: Skatepark
Nieuw-Vennep
Model: Anouk
Benodigdheden: -Foto
-Film



Look 2 *Girls night out*
Datum: 18-06-2010
Lokatie: Beachclub
Bloomingdale
Model: Rosanne
Benodigdheden: -Foto
-Film



Look 3 *Beach*
Datum: 18-06-2010
Lokatie: Strand
Bloemendaal
Model: Rosanne
Benodigdheden: -Foto
-Film



Look 4 *Dinner*
Datum: 17-06-2010
Lokatie: Park
Velserbroek
Model: Anouk
Benodigdheden: -Foto
-Film



Look 5 *Cruise*
Datum: 18-06-2010
Lokatie: Jachthaven
Ijmuiden
Model: Rosanne
Benodigdheden: -Foto
-Film



Look 6 *Boyfriend*
Datum: 17-06-2010
Lokatie: Park
Nieuw-Vennep
Model: Anouk
Benodigdheden: -Foto
-Film
-Hond

Als extra opdracht van Jamie is de bijlage over de gehele werkwijze van het project toegevoegd.

Illusionisme

Interactieve Multimedia

Illusionisme

“Illusie - de waarnemingsvervorming waardoor dingen anders worden waargenomen dan ze zijn.” Een veelvoorkomend verschijnsel, voornamelijk in de Multimedia-wereld. Hoe zeer multimedia ook op de waarheid kan zijn gebaseerd, vrijwel altijd schijnt de fictieve zijde van het geheel ruimschoots door. Deze is echter niet zichtbaar voor iedereen; slechts diegene die willen zien dat dit geheel niet waarheidsgetrouw is, kunnen dit waarnemen. De rest loopt met oogkleppen, gelovend in al het geïllustreerde moois wat op hun pad komt.

Al eerder genoemd in dit essay (pag. 3 – Project Catwalk) is het illusionisme wat veel applicaties die online beschikbaar zijn teweeg brengen. Mensen worden iets voorgehouden waar ze de waarheid niet doorheen kunnen zien. Dit geldt niet alleen voor webwinkels. De grootste gebruiker van het illusionisme zijn de online virtuele werelden.

Steeds meer mensen zien deze fictieve, virtuele werelden als een communicatiemiddel die zowel bereikbaarheid als hun sociale vermogen kan verhogen. Een goed voorbeeld daarvan is Second Life, een 3D virtuele wereld, gebaseerd op de werkelijkheid met alle aspecten van dien. Second Life onderscheidt zich nog meer van andere virtuele werelden, omdat er een virtuele economie heerst en omdat er echt geld in gepaard gaat. Behalve dat het als ‘game’ wordt gebruikt, heeft het ook vele voordelen als het online bouwen van projecten, het houden van vergaderingen, het volgen van colleges, etc.

Het gevaar in virtuele werelden, zoals velen van ons deze toch ervaren, is het compleet verliezen van het vermogen om de werkelijkheid van de fictieve wereld te onderscheiden. De grens tussen echt en onecht wordt waziger naarmate de technologie gebaseerd op de multimedia zich meer en meer ontwikkelt. Welke mensen zijn dit nou, die zich laten meesleuren in deze fictieve wereld om vervolgens een geheel nieuw en in hun ogen “perfect” leven op te bouwen?

De virtuele werelden zijn er om op een manier te leven, die in het dagelijks leven voor ons onmogelijk lijkt. De isolatie van de maatschappij wordt groter naarmate het succes in de virtuele wereld toeneemt. Succes kan voor elke speler anders zijn, omdat iedere speler een individueel doel voor ogen heeft. De een wil een nieuwe liefde tegenkomen, de ander succesvolle bouwprojecten opzetten.

Het falen in het dagelijks leven en de boost die zij ontvangen als zij hun doel toch kunnen realiseren in de virtuele wereld, is de drive die voor velen speelt.

Of zij nou in de realiteit of in hun virtuele zone hun doel bereiken, de ontlasting is even groot. De kans dat hun doel echter bereikt wordt in zo’n virtuele wereld is veel groter, door de vele gebreken die geen rol spelen in deze wereld, maar wel in de realiteit.

Wij vinden dat de gevaren van virtuele werelden duidelijker op de kaart moeten worden gezet. Wat ooit als een onschuldige hype is ontstaan, is nu voor velen een gevaar geworden. Mensen isoleren zich compleet, waardoor ze slechter functioneren in de maatschappij, soms functioneren ze helemaal niet meer. De opzet van de virtuele werelden was natuurlijk een goed concept, waarbij mensen op een interactieve manier toch contact met elkaar kunnen behouden. De makers hebben er echter nooit bij stilgestaan dat het maken van een wereld die zo veel gelijkenissen heeft aan de realistische wereld, kon leiden tot het storende gedrag wat vele spelers vertonen. Daarom zijn wij op dit moment ook tegen dit soort werelden. Er zijn teveel mensen die zichzelf hierin verliezen en dan ook zichzelf en anderen om hun heen in gevaar of verdriet brengen.

Wij denken dat de beste manier om het probleem van virtuele werelden aan te pakken is om de verwachtingen van de spelers minder hoog te stellen. Ieder individu moet met mate deelnemen aan de interactie in de virtuele wereld. Vergelijk het met alcohol, oftewel "drink met mate". Natuurlijk mag er ook plezier aan worden beleefd, maar op een goeie en vooral gezonde manier, die niet schadelijk is voor de gebruiker. Op deze manier kan die zichzelf ook niet verliezen en zullen ze genoodzaakt zijn alsnog meer te leven in de realistische wereld, dan in de virtuele wereld, zoals het eigenlijk ook hoort te zijn.

Eindvisie Project Catwalk

Wij zijn erg tevreden over het eindresultaat van ons project. Het project zelf had een goed niveau, niet zeer lastig met het in elkaar zetten van de interactieve film, maar ook niet te makkelijk zodat we wel nog daadwerkelijk goed arbeid moesten blijven verrichten.

De vrije onderwerpskeuze in dit project was ook zeker een pluspunt. Iedereen gebruikt hetzelfde middel, in dit geval Ximpel, en iedereen moet de gebruiker bepaalde keuzes laten maken. Op het begin leek het ons zo dat veel projecten dan waarschijnlijk op elkaar zouden gaan lijken, maar de originaliteit kwam sterk naar boven in onze maar ook vele andere projecten.

De samenwerking was in dit geval ook prima. De taken waren duidelijk verdeeld en allebei hadden we ons steentje goed bijgedragen. Door onze gemeenschappelijke smaak voor 'mode' was het opzetten van dit project goed te doen. Alhoewel er veel tijd in heeft gezeten om te filmen, monteren, presenteren en schrijven, kijken wij vooral met veel plezier terug op dit project, net als de mensen die ons erg hebben geholpen bij de shoots. Daarom bij deze een erenotatie voor Anouk Reijman Hinze en Rosanne Alderliefste.

Wij hanteren bij dit essay geen literatuurlijst omdat wij geen relevante informatie van externe bronnen hebben gebruikt.

Bijlage

Werkwijze & Activiteiten

Fase 1: Brainstorming

De eerste stap die je natuurlijk zet bij het opstarten van het project, is het bedenken van je onderwerp. Daarbij gepaard kwam gelijk de vraag naar boven 'wat voor soort interactieve film willen we maken?'. We waren er al vrij snel uit dat we liever geen interactieve 'game' wilden maken, omdat we het hele concept zo origineel mogelijk wilden houden en er vanuit gingen dat de meeste studenten toch zouden kiezen voor het maken van een 'game' waarbij er een score moet worden behaald.

Nadat we eruit waren dat we dus een interactieve film wilden maken, begonnen we te brainstormen over het onderwerp. We begonnen met een breed onderwerp, waarbij we de inspiratie uit 'ons zelf' haalden. Dit wil zeggen, wij zijn een van de weinige vrouwelijke studenten die deze opleiding, oftewel het vak Interactieve Multimedia volgen. Daardoor kwamen we al gauw met het idee om iets geheel 'vrouwelijks' op te zetten, omdat we dan zeker wisten dat het een origineel project zou worden. Onderwerpen als 'beauty', 'glamour' en 'fashion' komen dan toch al gauw naar boven. Het duurde dus voor ons niet lang voordat het kwartje viel.

Jamie heeft haar eigen webwinkel met damesmode en Sharonne is hier vaste klant, zo kwamen we gezamenlijk tot het idee om de webwinkel als leidraad te gebruiken. Het concrete beeld hiervan was om met de items uit de webwinkel en verschillende modellen en locaties een interactieve film in elkaar te zetten.

Fase 2: Plan van aanpak

Nadat we het eens waren geworden over het idee, begonnen we met het opzetten van het zogenaamde 'Project-plan'. Deze zag er als volgt uit:

Plan van aanpak 'Project Catwalk'

Stap		Dagen	Locatie(s)	Benodigdheden
1.	Beeldmateriaal verkrijgen	17/06/2010 18/06/2010	IJmuiden haven Bloemendaal strand Velsen - Park Nieuw-Vennep - Park	Auto Webwinkel items Modellen Foto-camera Film-camera
2.	Beeldmateriaal verwerken (viral)	21/06/2010 22/06/2010	Jamie Thuis	Foto's Filmpjes Computer
3.	Interactieve film ontwerpen	21/06/2010 22/06/2010	Jamie Thuis	Foto's Filmpjes Computer
4.	Essay opzetten	23/6/2010 24/06/2010	Sharonne Thuis	Computer

Fase 3: Beeldmateriaal verkrijgen

18/06 – IJmuiden Haven

Wij hadden bedacht om zes mode-stijlen in onze interactieve film te verwerken. De eerste stijl die we hadden gekozen was een 'cruise-look', waarbij we dus sowieso wilden filmen in een haven. In IJmuiden Haven werden de foto's en opnames voor de 1^e look gemaakt.

18/06 – Bloomingdale aan zee

De 2^e look moest een 'party-look' uitstralen. Hiervoor gingen we naar Bloomingdale aan Zee, gelegen aan Bloemendaal aan Zee, om dit te combineren met de 3^e opname- en fotoshoot.

18/06 – Bloemendaal aan Zee

De 3^e look was een 'beach-look', waarbij het model in op het strand bij de zee werd gefotografeerd en gefilmd.

17/06 – Velsen - Park

De 4^e look was een 'dinner-look', waarbij het moest lijken dat het model buiten in de natuur uit eten ging. Hiervoor was de perfecte locatie in Velsen te vinden.

17/06 – Nieuw-Vennep - Tennispark

De 5^e look moest een 'relaxed' overkomen, zoals bijvoorbeeld een ronde wandelen met de hond. Deze foto's en opnames werden gemaakt rond het Tennispark in Nieuw-Vennep, waaromheen zich een groen park bevindt.

17/06 – Nieuw-Vennep - Skatepark

De laatste look was de 'festival' look, waarbij we als achtergrond een graffiti skatebaan hadden gebruikt, om zo een ruig tintje aan de illustraties te geven. Deze bevindt zich ook in Nieuw-Vennep

Fase 4: Viral ontwerpen

Vervolgens begonnen we aan het ontwerpen van de Viral. Alle filmpjes en foto's waren inmiddels op de computer geplaatst en de meest duidelijke werden gekozen voor de Viral. De Viral laat precies zien waar ons interactieve filmpje om draait en welk doel we hiermee willen bereiken. De viral is als volgt opgebouwd:

1. Het introduceren van het concept online shoppen, een van de grootste uitvindingen aller tijden
2. De nadelen die bij het online shoppen (bestellen) komen kijken
3. De oplossing die wij met ons project kunnen geven
4. Een duidelijke foto- / film-impressie van dit voorbeeld

Fase 5: Interactieve film ontwerpen (Introductie Ximpel)

Uiteindelijk moest al het beeldmateriaal worden verwerkt in ons interactieve filmpje. Dit deden wij met behulp van Ximpel. Ximpel is het programma om interactieve films te maken met behulp van flex framework. De interactiviteit die we met behulp van Ximpel hebben gemaakt zorgde ervoor dat de gebruiker verschillende keuzes kon maken. Deze zijn uitgebreid toegelicht in het storygraph, maar om ze nog eens kort op te sommen:

- Stap 1: Het kiezen van hun favoriete item
- Stap 2: Het kiezen van hun humeur
- Stap 3: Kiezen of ze alleen de kleding of ook de locatie willen bekijken

Ximpel ervaring

Over het algemeen was het was de werking met Ximpel vrij duidelijk. Op het begin was het even aftasten, maar zodra een filmpje werkte konden we alle filmpjes achter elkaar plaatsen en werkend maken.

We hadden het Ximpel basic package gedownload en deze aangepast aan ons concept. Nadat deze succesvol was gedownload begonnen we aan onze playlist te werken. Zodra de code van de 'bovenste laag' (Stap 1 voor de gebruiker) van de film was ingevoerd en deze succesvol kon afspelen, werd er overgegaan op de volgende laag, net zo lang tot alle stappen voltooid waren. Als eenmaal de code van één kleding-item het bij ons deed, was het een kwestie van de code kopiëren en aanpassen naar het volgende item.

Ximpel voor- en nadelen

Een voordeel van Ximpel vonden wij toch de snelle werkwijze waarmee je een interactief filmpje in elkaar kon zetten. Een code simpelweg aanpassen en gelijk daarna het resultaat bekijken zorgde voor een efficiënt werkproces. Ook de aanwezige afbeeldingen en filmpjes konden simpelweg vervangen worden door ons materiaal, verwerkt worden in de code en het filmpje was in de grootste lijnen al gemaakt.

Een nadeel vonden wij o.a. de kwaliteit van de afbeeldingen en filmpjes. Deze worden toch enigszins verslechterd als er bijvoorbeeld naar .flv moest worden geconverteerd.

Een ander nadeel was zodra een bepaald bestand, zoals een film of foto, niet aanwezig was maar wel gecodeerd stond in het XML bestand, deze het filmpje gelijk liet 'doodlopen'. Op het begin was dit bijvoorbeeld het geval, toen er een bepaald filmpje nog niet naar de juiste map was gesleept. Als er een bepaalde foutmelding zou opduiken, was het misschien gelijk duidelijk geweest wat de oorzaak was van het vastlopen van het filmpje. Nu waren wij een tijd lang bezig errors in onze code proberen te vinden.

Fase 6: Essay opzetten

De laatste stap was het opzetten van het essay. In het gehele essay wordt de opzet van ons project gedetailleerd besproken. De essay was in verschillende stappen gemaakt. De introductie van ons project was natuurlijk bij de start al bekend, dus deze konden we toen al gelijk opzetten. Het scenario kwam ook al gauw aan bod, omdat we natuurlijk het basisidee moesten uitwerken. De storygraph en storyboard kwamen aan bod toen het interactieve filmpje voltooid was. Het essay heeft dus de volgende opbouw:

Hoofdpunten

- Introductie
- Urban Stiletto
- Project Catwalk
- Scenario
- Storygraph
- Storyboard
- Illusionisme
- Eindvisie Project Catwalk

Bijlagen

- Werkwijze & Activiteiten