

A New Way to Spread Coffee Knowledge: the Multimedia Approach

F. SUGGI LIVERANI, D. CSAKI

R&D Illycaffè S.p.A., Via Flavia, 110, 34147 Trieste, Italy

SUMMARY

Coffee culture and coffee knowledge has spread by word of mouth, papers, articles and conferences.

As technology advanced, information has continued to spread through these means as well as through the use of films, slides and videos. Today, it is possible to expand these learning approaches with the use of multimedia technology, integrates in a non linear context pictures, text, sound and video.

The multimedia presented, in the form of a CD-ROM, offers a new proposal of learning: knowledge and facts related to various aspects of coffee, from the plant to brewing, are described with plain text supported by images and short videos. By combining different media, one can better transfer the concepts at hand.

Furthermore, this method offers interaction from the user thereby allowing an individual to deeply involve himself in all coffee areas, that are not readily at hand due to distance, or other unavailable resources.

RÉSUMÉ

La culture et la connaissance du café se sont diffusées de bouche à oreille, à travers les journaux, les articles et les conférences.

Au fur et à mesure que la technologie avançait, l'information a continué à se répandre à travers ces moyens et également par l'utilisation de films, diapositives, vidéos. Aujourd'hui, on peut développer les méthodes de connaissances en utilisant la technologie multimédia qui, dans un contexte non linéaire, comprend: photos, texte, audio et vidéo. Le support multimédia présenté sous forme de CD-ROM offre une nouvelle proposition d'apprentissage: la connaissance et les informations concernant les différents aspects du café, de la plante jusqu'à la préparation, sont décrites par un texte clair et simple accompagné d'images et de brèves vidéos. A travers l'emploi des différents médias, il est possible de mieux matérialiser les concepts.

En outre, cette méthode offre à l'utilisateur la possibilité d'interagir et de pouvoir s'intéresser à tous les secteurs du café qui, pour des raisons de distance, ne sont pas à portée de main, ou à d'autres ressources non disponibles.