

<h3> Ivica Mitrović </h3>

<p> Povod ovoj izložbi je istraživanje koje se proteklih nekoliko godina bavi novim medijima u kontekstu hrvatske dizajnerske scene. Istraživanje je pokrenuto u sklopu projekta “Vizualna kultura i novi mediji” koji je inicirao Centar za vizualne studije (cvs) s namjerom da se revaloriziraju događaji koji su se na novomedijskoj sceni odvijali u proteklih petnaestak godina (Štefančić, 2009).¹ Cilj istraživanja i izložbe je jasnije profilirati hrvatsku dizajnersku praksu na novomedijskom prostoru. Primarni fokus nije kronološko i sveobuhvatno bilježenje povijesti dizajnerskog rada, već sagledavanje ove specifične dizajnerske prakse kroz primjere reprezentativnih projekata, od njenog početka sredinom 90-ih godina prošlog stoljeća, pa do kraja 2010. godine.

<p> Odabrani radovi analizirani su u dizajnerskom kontekstu, za razliku od dosadašnje prakse gdje su najčešće promatrani kroz umjetnost u novim medijima, čime je izostala adekvatna kritička refleksija. Termin “novi mediji” se koristi u skladu s nazivom projekta cvs-a, ali i u skladu s uobičajenom terminologijom koja se na ovom području koristila većim dijelom promatranog vremenskog perioda, a analogno definiciji koju Lev Manovich navodi u knjizi “Language of New Media”.² Kako je web najzastupljeniji i najznačajniji novi medij, najviše je primjera upravo iz tog područja. Obuhvaćeni su i ostali radovi koji uključuju računalna sučelja, aplikacije i igre, te robotiku, ugradbeno računarstvo i interaktivne instalacije.

<p> U skladu s ciljem projekta cvs-a, koji naglašava da se radovi ne promatraju kao izolirane estetske pojave, nego kao elementi šireg društvenog procesa, te subjektivnom osobnom percepcijom dizajna, obuhvaćeni su oni projekti koji su bili samoinicirani, koji su nastali kroz autorsko eksperimentiranje s novim medijima, koji su unijeli konceptualne, dizajnerske, medijske i tehnološke novosti, te su tako značajno utjecali na lokalnu scenu. Riječ je o inovativnim, istraživačkim i progresivnim radovima koji razumiju nove medije kao specifičan oblik komunikacije, a ne kao tehnološku zamjenu za “stare medije”.

<p> Razvoj dizajna u području novih medija u hrvatskom kontekstu promatran je kroz tri glavne faze koje nisu nužno u odnosu linearnog vremenskog slijeda već se, kako je vidljivo kroz prikazane primjere, isprepliću na

</p> rubovima, tj. ponekad se odvijaju simultano.

● Radost novog medija

<p> Prva faza započinje pojavljivanjem internet mreže u Hrvatskoj, koja je u početku prisutna kroz akademsku CARNET mrežu i neovisne *cybercafe* barove, a nastavlja se uspostavljanjem dizajnerske scene na ovom području. Radove ove faze odlikuje zaokupljenost autora radošću stvaranja, slobodom, demokratičnosti i nekontroliranosti, te tehnološkom demokratizacijom novih medija. Internet i ostali novi mediji su za njih novo “igralište” na kojem je njihov rad trenutno vidljiv i dostupan. Prvu internetsku fazu odlikuje mali broj angažiranih korisnika koji prije svega dolaze iz akademske zajednice i s civilne scene. Projekti su samoinicirani, autori su oni koji stvaraju sadržaj, te oblikuju i programiraju (izvode) sjedišta. Osim radova izvedenih u prvoj i jedinoj dostupnoj HTML tehnologiji, ova faza uključuje i pionirske radove izvedene u Flash tehnologiji, odnosno one radove koji su tu tehnologiju kasnije razvili kroz nove i inovativne koncepte, ali i radove iz područja

</p> dizajna sučelja, generativnog dizajna i robotike.

● Novi mediji kao *mainstream* medij

<p> U drugoj fazi, od sredine 2000-tih godina, novi mediji sve više postaju *mainstream* mediji, čime pomalo završava prva eksperimentalna faza. Uspostavlja se zajednica, postavljaju se web standardi (npr. za *layout* i tipografiju), a upotrebljivost i dostupnost postaju najznačajniji elementi komunikacije u mediju. Razvojni proces web sjedišta odlikuje podjela poslova (sadržaj, oblikovanje i programiranje/izvedba) i profesionalna produkcija. Raste broj korisnika, raznorikih profila i potreba. Oblikovno je dominantna Web 2.0 estetika koju odlikuje funkcionalna sterilnost, gdje sadržaj sve više dominira nad formom. Dizajn sjedišta postaje sve više uniforman, gubi se individualizacija i autorski rukopis, te sjedišta sve više liče jedno na drugo. Analogni trendovi u ovom kontekstu visoke *mainstream* produkcije odnose se i na izradu interaktivnih multimedijjskih web aplikacija,

</p> a posebno na aplikacije za mobilne platforme.

● “Dizajn bez dizajna”

<p> Paralelno s prethodnom fazom javljaju se procesi ponovnog uspostavljanja razlikovnosti i eklektičnosti dizajna koji se očituju kod sjedišta kod kojih je svaki korisnik/autor ujedno i dizajner (npr. *MySpace*). Pokušavaju se izbjeći posrednici pri izradi sjedišta (dizajner i programer). Formiraju se nove razvojne platforme koje koriste postojeće servise kao produkcijske elemente (*Flickr*, *Vimeo* i slični servisi postaju novi elementi dizajna). Zapravo, dolazi do paradoksa koji se može nazvati “dizajn bez dizajna”, pri čemu se nove vizualne forme i sučelja interakcije formiraju od već postojećih servisa i njihovih sučelja. Radovi ove faze izbjegavaju kompleksnost suvremene web produkcije, te pokušavaju poruke što izravnije komunicirati bez suvišne predizajniranosti. U ovoj se fazi također javljaju kompleksni radovi koji izlaze izvan zaslona uređaja i koji često nastaju u interdisciplinarnim timovima. Dizajnerska praksa više nije nužno temeljena na vizualnom ili taktilnom otjelovljenju, već se može reprezentirati na nematerijalnim

</p> razinama (npr. dizajniranjem interakcija).

<p> Hrvatska dizajnerska praksa na području novih medija kroz svojih je 15 godina povijesti prošla put od početnog oduševljenja konceptualnim, dizajnerskim, medijskim i tehnološkim mogućnostima novih medija do uspostavljanja produkcijskih i oblikovnih standarda *mainstream* medija. Značajno je da je kroz ovaj proces ostvareno legitimiranje ovog područja dizajna koje je danas ravnopravan dio hrvatske dizajnerske scene. Očigledno je da će u idućem razdoblju razvoja biti prepoznati i zanimljivi oni autori i autorice koji će dizajnirati komunikacijske i interakcijske protokole koji će unutar medija stvarati nove vrijednosti i značenja, tj. neprestano stvarati nove “nove medije”. Radi se o autorima koji će svojim angažiranim, proaktivnim i eksperimentalnim pristupom, te propitivanjem odnosa tehnologije i korisnika (društva) konstantno “dizajnirati nove medije”.

<p> Ova izložba, kroz 30 predstavljenih radova koji su odabrani u skladu s kriterijima istraživanja, predstavlja poticaj za sagledavanje hrvatske dizajnerske scene vezane za nove medije. Stoga ju se, uz planirani razgovor, treba shvatiti kao temelj za daljnju raspravu, nadopunu i kritičku analizu ove specifične dinamične i kompleksne dizajnerske prakse. Prikupljanjem i povezivanjem svih relevantnih informacija stvara se korpus znanja koji će biti trajno dostupan za daljnju kritičku analizu. Izložba također predstavlja završni korak i prikupljanje finalnih spoznaja i refleksija prije objave knjige koja

</p> će detaljno i trajno dokumentirati istraživanje.

<hr> Dizajniranje novih medija </hr>

 dizajn i novi mediji

 —hrvatski kontekst

 1995.– 2010.

 Ivica Mitrović

 28.4.– 15.5.2011.

 HDD galerija

 Boškovićeva 18, Zagreb

 otvorenje, 28.4.2011, ČET u 20:00 h

 [d] razgovor, 2.5.2011, PON u 19:00 h

 radno vrijeme galerije:

 PON – PET 10:00 – 20:00 h

 SUB 10:00 – 15:00 h

 autor koncepta: Ivica Mitrović

 postav izložbe: Oleg Šuran, Ivica Mitrović

 web: Oleg Šuran, Luka Vidoš, Ivica Mitrović

 organizator:

 HDD – Hrvatsko dizajnersko društvo

 www.dizajn.hr

 rad galerije podržava:

 Ministarstvo kulture RH

 Grad Zagreb

 sponzor tiska: Cerovski

 sponzor digitalnog printa: Ars Kopija

 sponzor računala: apcom

hrvatsko
dizajnersko
društvo
HDD



Republika
Hrvatska
Ministarstvo
kulture
Republic
of Croatia
Ministry
of Culture

apcom | Apple Authorised Distributor

Cerovski

Ars kopija
digital print copy print center

print artwork

1 <http://www.vizualni-studiji.com/projekti/vknm.html>

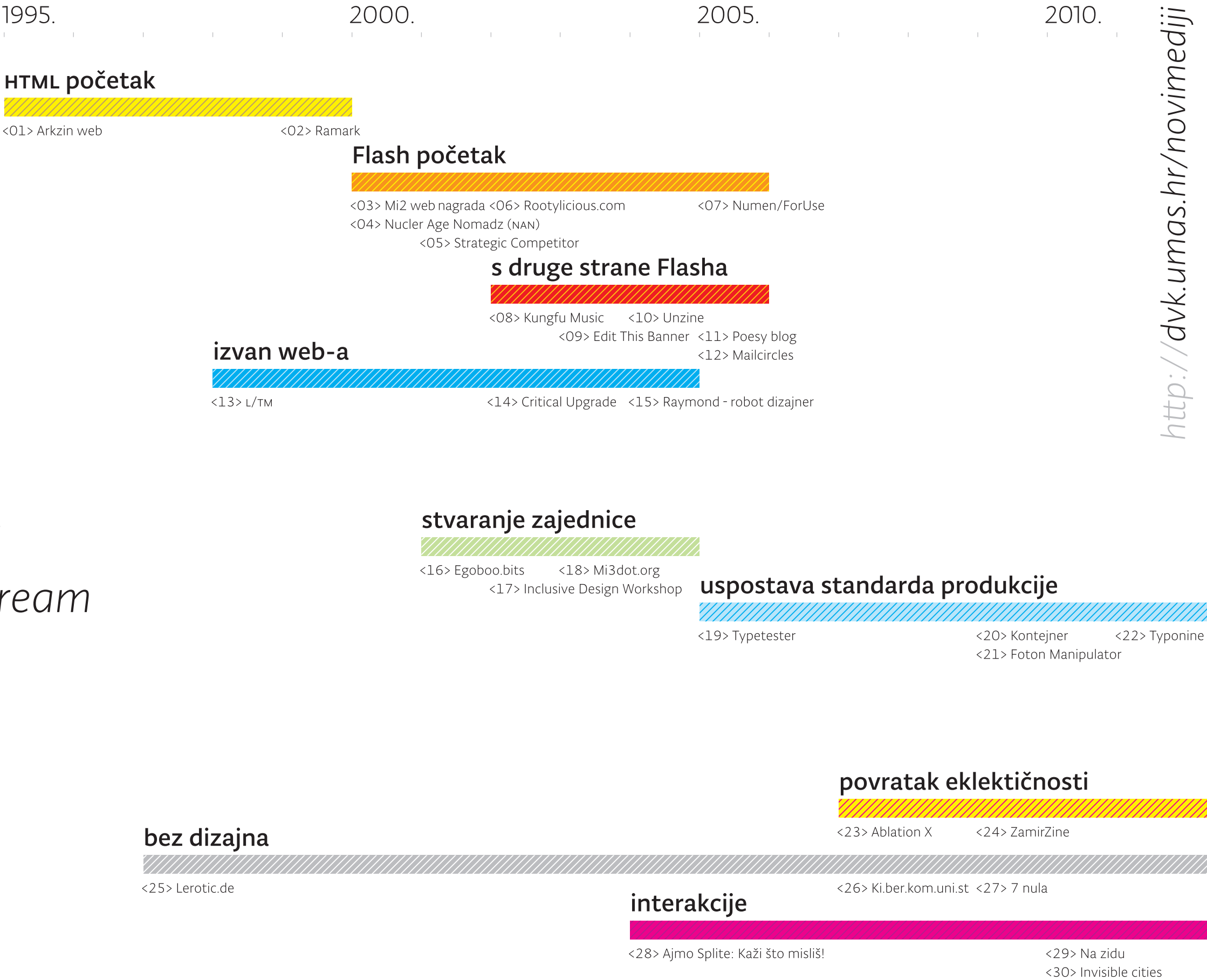
2 <http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf>

- <01> Blaženko Karešin
- <02> grupa autora
- <03> Marcell Mars
Vedran Gulin
- <04> Marko Mihalinec
Irena Andreić
- <05> Blaženko Karešin
- <06> Vinko Pelicarić
Milivoj Modić
- <07> Jelenko Hercog
- <08> Marijan Petričević
- <09> Lina Kovačević
- <10> Rafaela Dražić
- <11> Blaženko Karešin
- <12> Lina Kovačević
- <13> Vanessa Borčić
- <14> Damir Gamulin
- <15> Lina Kovačević
- <16> Marcell Mars
- <17> Daša Mamula
- <18> grupa autora
- <19> Marko Dugonjić
- <20> Dejan Dragosavac
- <21> Boris Barna
Dinko Klobučar
- <22> Hrvoje Živčić
Dario Dević
- <23> Nenad Jalšovec
- <24> Oleg Šuran
- <25> Tomislav Lerotić
- <26> Marcell Mars
- <27> Rafaela Dražić
- <28> grupa autora
- <29> Oleg Šuran
- <30> grupa autora

Radost
novog
medija

Novi mediji
kao *mainstream*
mediji

“Dizajn
bez
dizajna”



<http://dvk.umas.hr/novimediji>