

Ko računalniški zaslon postane slikarsko platno... Pet slovenskih spletnih oblikovalcev: Zoran Arizanović, Andrej Bolarič, Andraž Filač, Mitja Grebenjak in Matevž Klanjšek, po starosti so predstavniki t. i. cilo generacije (o njej se je

Oblikovalci na spletu
Blaž Kondža



pred časom razpisala mlada Onina kolumnistka), obvlada svoj posel, saj jih je večina že sodelovala pri nagrajenih spletnih projektih.

Vsem petim smo po elektronski pošti, kako pa drugače, poslali nekaj vprašanj. Zanimalo nas je, koliko časa že delajo na tem področju, zakaj so se odločili ravno za oblikovanje na spletu, kje so se šolali, v čem se po njihovem loči spletno oblikovanje od drugih vrst oblikovanja, katere so njegove posebnosti, kaj je značilno za dobrega spletnega oblikovalca, kateri je njihov najljubši projekt in ali so za katerega že prejeli kakšno nagrado ter kakšno se jim zdi slovensko spletno oblikovanje v primerjavi s svetovnim. Njihovi odgovori so sicer zelo različni, skupna pa je ugotovitev, da je spletno oblikovanje postalo del naše kulture, del umetnosti in da se z njim ukvarjajo ljudje, ki imajo prava znanja za to, čeprav pridobljena z izkušnjami.



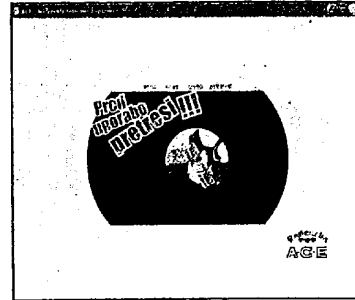
Zoran Arizanović, Futura Profano

Z oblikovanjem se ukvarjam že dobrih pet let, z oblikovanjem spletnih strani pa zadnji dve leti. Končal

sem študij slikarstva na Akademiji za likovno umetnost v Ljubljani, kjer sedaj končujem magisterij iz slikarstva.

Mislím, da je glavni problem spletnega oblikovanja to, da nimamo ljudi, ki jih zanimajo lastnosti spleta kot medija. Oblikovalci imajo izkušnje le s pripravo tiskovin in se pogosto ne zavedajo posebnosti grafike na računalniških zaslonih, dokler se ne srečajo z »omejitvami«, ki so lastne mediju: tj. velikosti, barvne sheme, optimizacije ipd. Te omejitve postavljajo okvirje za spletno oblikovanje, ki nikakor ne bi smelo biti samo prilaganje tiskovin za objavo na spletu. Spletna stran je zlitje več oblik sporočanja – besedila, fotografije, ilustracije, animacije, zvoka in videa.

Dober spletni oblikovalec mora imeti vsaj nekaj izkušenj z naštetih področij. Spletno oblikovanje je s svojimi oblikarni navigacije dinamičen medij in je potemtakem blizu animaciji in filmu, zato mislim, da je poznavanje osnov animacije, režije in s tem organizacije kadra, ki ga obiskovalec v danem trenutku vidi na zaslonu, bistveno za uspešno vodenje uporabnika po strani. Dobra spletna stran je zame uspešno zlitje tipografije, animacije in strukture, po kateri se obiskovalec giblje.



Ace Radenska, Futura Profano

Moj najljubši projekt je <http://ace.radenska.si>. Za spletni strani www.gorenje.si/alux in www.rotomatika.si smo prejeli zlato in srebno palčko na letošnjem Zlatem bobnu.

Sam mislim, da kakovosti oblikovanja ne moremo vrednotiti po državah in da imamo dobre oblikovalce in spletne agencije tako pri nas kot v tujini. Priznati pa moram, da večina projektov, ki se mi zdijo še posebej dobri, po navadi ni iz Slovenije. Vendar menim, da to ni težava naših oblikovalcev, ampak splet mnogih dejavnikov, kreativnih in ekonomskih, ki vplivajo na izvedbo projekta. Glavno težavo slovenske spletne industrije vidim v tem, da moramo naročnike še vedno prepričevati o potencialu spletnega oglaševanja in smiselnosti vlaganja vanj, s čimer se našim »kolegom« iz tujine ni treba ukvarjati. Vsaj ne v tolikšni meri.

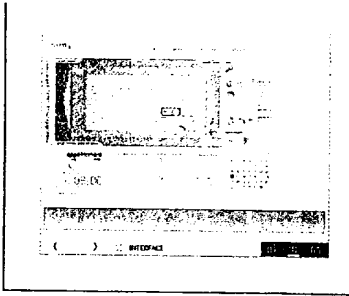


Andrej Bolarič, Parsek

Na področju spletnega oblikovanja in multimedijev delam približno

štiri leta. V svojem delu vidim velik izrazni potencial, ki ga ponuja preplet različnih medijev. Všeč mi je tudi dinamika dela, saj začne oblikovanje pri zasloni ločljivosti in solidnih spletnih virih nastajati v trenutku, ko se pojavi ideja.

Po diplomi na oddelku za oblikovanje na ljubljanskem ALU sem se v okviru programa izmenjave študentov izpopolnjeval na FAVU v Bmu, na oddelku za video, multimedije in performans. Iz diplomske naloge na ALU se je do danes razvilo sodelovanje s fakultetama za računalništvo in elektrotehniko, ki ga nadaljujem z magistrskim študijem. Letošnje poletne počitnice sem preživel na Poletni akademiji Information Design, ki sta jo organizirala Japonski inštitut za informacijski dizajn in Oblikovalska univerza Carnegie Mellon. Akademija je potekala na IAMAS (Institute of advanced media design and science) v Ogaki in



Sonyjeva oblikovalska študija, Parsek

Toku. Tema letošnje akademije je bila Odnosi na daljavo – orodja sodelovanja. Spletno oblikovanje se od drugega oblikovanja v osnovi loči po poudarjeni interaktivnosti in značilnem strukturiranju informacij, ki jih ponuja. Sporočila in vsebine komunicira preko uporabnikove aktivne vpletenosti v zaznavni proces. Na spletu več šteje visoka stopnja interakcije oziroma število uporabnikovih klikov kot pa dober slogan. Poleg tega je za spletne oblikovanje značilna tesna vez s hitro razvijajočo tehnologijo. Ta v dobri meri narekuje tudi trende v spletnem oblikovanju.

Ena od pomembnejših lastnosti dobrega spletnega oblikovalca je sposobnost najti ustrezno ekipo sodelavcev. Spletne oblikovanje je bolj kot oblikovanje za katerikoli drug medij motivirano s prilagodljivostmi, ki jih ponujajo nove tehnologije. Tu so znanje in izkušnje sodelavcev zelo pomembne. Ker proces razvoja oblikovne rešitve vključuje tehnologijo že na začetku, mora biti spletni oblikovalec sposoben ponotranjiti zaznave drugih strokovnjakov v timu.

Ker ustvarjamo na majhnem trgu, se spletni oblikovalci običajno ne osredotočijo na določeno področje oblikovanja. Zato je ena izmed pomembnih lastnosti dobrega spletnega oblikovalca pri nas tudi sposobnost, da se znajde pred zelo različnimi oblikovalskimi izzivi. Na področju komercialnih spletnih projektov bi izpostavil oblikovanje, ki nekako ponazarja odgovor na to tezo. Spletne strani zavarovalnice Adriatic so primer integracije spletnega portala z njihovim zalednim sistemom. Skratka, v tem primeru ne gre za novo podružnico, ki je dosegljiva na www.adriatic.si, ampak za Zavarovalno družbo Adriatic d.d. v e-svetu.

Med projekti, ki so bolj eksperimentalne narave, se mi zdi precej zanimiva oblikovalska študija uporabniškega vmesnika za Sony personal life system. V tem primeru smo na matematičnem modelu hypercuba razvili intuitiven uporabniški vmesnik, ki je uporabniku omogočil eno-

stavno organiziranje medijskih komponent in integracijo Sonyjevih naprav. Med prejetimi nagradami pa mi največ pomeni študentska Prešernova nagrada, ki sem jo dobil za projekt Okulus 2. V projektu sta na izviren način združena izdelčno in medijsko oblikovanje.

Po mojem mnenju je slovensko spletno oblikovanje odlično. Na slovenskem spletu obstaja mnogo izvrstnih oblikovnih rešitev in upam si trditi, da je kakovostna raven oblikovanja zelo primerljiva z marsikatero visoko tehnološko razvito družbo. Problem, ki ga vidim, je bolj v tem, kaj je nekonsolidirani slovenski trg zainteresiran absorbirati in kaj so samoklicani internetni strokovnjaki na slovenskih festivalih, seminarjih in tudi v izobraževalnih institucijah pripravljeni priznati kot presežek spletnega oblikovanja.



Mitja Grebenjak, Sonce.net

Z internetom sem se začel ukvarjati pred približno petimi leti. Po nekajletnih izkušnjah grafičnega oblikovanja pri različnih podjetjih, pri katerih sem delal med študijem oblikovanja, me je skupina ljudi povabila k sodelovanju pri postavitvah spletnih strani. Kot mnogi drugi na tem področju sem začel delati brez konkretnih znanj in izkušenj, a sem dokaj hitro spoznal osnove in pravila spletnega oblikovanja. To je bil tudi čas, ko so nova spletna oblikovalska orodja pričela pridobivati pomembnejše mesto znotraj in zunaj »klasičnega«
html programiranja. Po štirih letih Srednje šole za oblikovanje in fotografijo ter Akademije za likovno umetnost, oboje smer Industrijsko oblikovanje, me je internet kot alternativa grafičnemu oblikovanju na DTP res hitro prevzel.

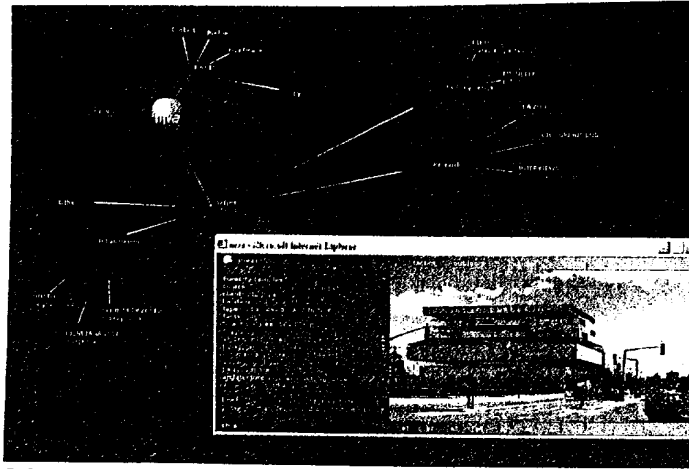
Nikoli nisem po pristopu strogo ločeval različnih vrst oblikovanja. Internetno oblikovanje je interdisciplinarna dejavnost. Pri oblikovanju se srečaš z grafiko, videom, glasbo, slikarstvom ... Vse vrste človeškega izražanja se zrcalijo v tej novi sporočilnosti, neke vrste »tekoči televiziji«, kjer opazovalec nikoli ni »samo gledalec«. Informacije krožijo v več kot samo dveh smereh, odločitve in sporočila v realnem času preoblikujejo svet, v katerem se nahajaš. Dandanes poznamo širok spekter spletnih strani, od tistih najbolj osnovnih do kompleksnih 2D/3D-skulptur, ki so žive in z vsakim posegom odprejo nov pogled na svet. Pa tudi ta definicija ne zajame vse širine

možnosti, ki jo internet kot medij ponuja oblikovalcu. Dejansko se lahko lotiš začetnega razmišljanja o projektu brez meja, ki ti jih postavljajo drugi mediji (tiskovine, TV, radio), in se naknadno pri realizaciji omejiš na širino, ki jo bo končni izdelek imel. Seveda tudi tukaj cilji in percepcija naročnika lahko in morajo močno vplivati na projekt. K sreči vedno več naročnikov dojema kapacitete, ki jih ponuja internet. Celo več, želijo si jih.

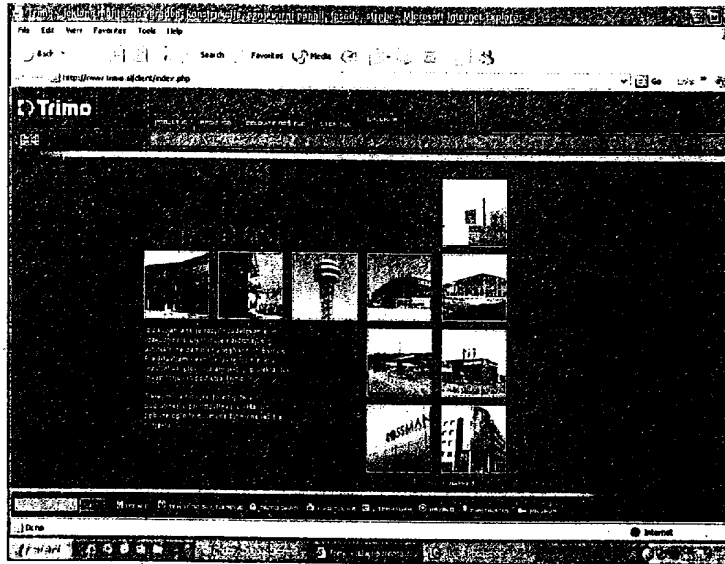
Dober spletni oblikovalec mora imeti sposobnost povezovanja strukture in vsebine spletnega mesta v idejno in tehnično zaokrožen izdelek. Izhodišča grafičnega 2D-oblikovanja nam sicer lahko

dajejo čudovite rezultate, vendar se po mojem mnenju inovativnost spletnih rešitev kaže v preseganju teh okvirov, v iskanju popolnoma novih načinov potovanja skozi informacije. Internet kot medij s celim kupom med seboj povezanih tehnologij daje oblikovalcu neskončno možnosti. Osebnost vidim več vzporednic med internetnim prostorom in 3D-oblikovanjem kot pa z grafičnim oblikovanjem. Mogoče je to »polprofesionalna deformacija«
10-letnega študija industrijskega oblikovanja, vendar me večdimenzijsko razmišljanje o projektu navadno pripelje do boljše rešitve kot postavljanje raznih kolažev po ekranu. Seveda ima tudi grafično šolanje svoje prednosti. Mogoče se pri razmišljanju o internetu še bolj vidijo razlike med, recimo jim, formalisti in strukturalisti. Dober spletni oblikovalec učinkovito poveže razpoložljiva orodja in tehnologije, tako da interaktivnost med različnimi celicami deluje v prid uporabnika. V vsakem projektu je treba poiskati rdečo nit, ki poveže »izdelevalca«
in njegovo delo s projektom in naročnikom na neki človeški in čustveni ravni. Interaktivnost se v končni fazi interpretira kot človeški odnos.

Najraje delam na serijah naprednih oglasov ter mini spletnih straneh. Pri bannerjih lahko resnično izumljaš vedno znova načine, kako preseči okvire ekrana, strani in doseданjega oglaševanja. Taki projekti te stimulirajo in držijo v nekem konstantnem stanju kreativnosti. Rezultati takega načina dela so mogoče vidni v



Spletna stran mvarch.com, Sonce net.



Trimova spletna stran, Imago

nagrajenih oglasih za Mladino in Citroën. Med bolj opazene spletne strani bi lahko prištel tudi mvarch.com, kjer smo iz tehnološkega in vsebinskega vidika prešli okvirje standardnega, ter spletni video »Woman« za glasbeno skupino Traffic Religion.

Po mojem mnenju smo na slovenskem internetu videli že nekaj fantastičnih celovitih internetnih rešitev, ki nesramežljivo postavljajo avtorje na svetovni nivo. Kakovost oblikovanja se bo seveda večala skupaj z dvigom pomembnosti interneta kot marketinškega in informacijskega medija pri naročnikih samih. Sicer pa sam gledam na internet kot na eno samo vsesvetovno državo, katere majhen del smo tudi mi. Kot pošten.



Andraž Filač, Imago

Na področju spletnega oblikovanja delujem tri leta. Samoiniciativno se nisem odločil za spletno oblikovanje. Bil sem klasični oblikovalec. Tako je nanoslo, da smo v agenciji, kjer sem delal pred tremi leti, potrebovali spletno stran. Z malo predznanja in dobro kreativno rešitvijo je nastala zanimiva spletna kuhinja. In od takrat naprej delam večinoma na spletnih in multimedijskih projektih. Šola? Življenjska šola. Izkušnje so me učile! Zvrsti oblikovanja se med seboj razlikujejo le po mediju, kamor to obliko apliciramo. Spletni dizajn prav tako potrebuje interni in kreativni brief, kreativno, dobre načrtovalce in stratege. Poseben je v tem, da se tehnološki in oblikovni trendi neprestano spreminjajo, izboljšujejo in dopuščajo vedno več svobode v okviru spletnega brskalnika.

Spletni oblikovalec mora vedeti, kaj je možno narediti znotraj določene tehnologije, brezhibno poznati medij in ciljno množico ter kulturo, za katero oblikuje. Slediti mora tehnološkimi, uporabniškimi in oblikovnim trendom.

Kekčeve ukane, spletna igrice. Od risanja in animiranja karakterjev do oblikovanja platform je to moj najljubši projekt. Zanj sicer nisem prejel nobene nagrade. Oblikoval sem kar nekaj projektov, ki so se dobro uvrstili na različnih festivalih, med drugim smo za Trimovo spletno stran prejeli nagrado Quality Seal na Web Prix 2002.

Nedavno sem bil na izmenjavi pri partnerski agenciji Zapping v Madridu. Glede na njihove spletne strani lahko rečem, da so kreativnejše, manjka pa jim uporabniška izkušnja. Tu pa se poraja večno vprašanje interneta kot medija. Ali naj bo stran zgolj uporabna ali domiselna in kreativno oblikovana? Mislim, da gre svetovno spletno oblikovanje vedno bolj v digitalno umetnost, Slovenija pa temu trendu vsekakor sledi.



Matevž Klanjšek, RenderSpace - Pristop Interactive

Spletni oblikovalec ni nikoli samo spletni oblikovalec. S svojim delom vedno gradi tudi širši kulturni prostor. To sme biti edina prava motivacija vsakega oblikovalca. Resda zadnja štiri leta večino svojega časa in naporov vlagam v spletno oblikovanje, ampak to je morda zgolj naključje, splet okoliščin.

Pravih izobraževalnih programov za spletnega oblikovalca v Sloveniji in tudi v svetu praktično ni. In ob dobrih mentorjih tudi niso potrebni. Spletni oblikovalec mora biti predvsem intelektualec, splošno razgledan. Naučiti se mora opazovati okolje, v katerem deluje, in ga razumeti. Študij arhitekture je bil zato kar prava izbira.

Spletno oblikovanje se od drugih vrst oblikovanja loči predvsem po imenu. Jasnno, oblikujemo drug medij, potrebujemo druga, dodatna tehnična znanja, vsebinsko pa je spletno oblikovanje precej blizu grafičnemu, celo arhitekturi. Delo grafičnega in spletnega oblikovalca je pravzaprav zelo podobno. Organiziramo informacije, gradimo aparate za podajanje vsebin in s tem plemenitimo tako vsebine kot okolje. Resda je naše okolje do obiskovalca, uporabnika bolj neposredno, interaktivno, ampak to je stvar kvantitete. Razlike v stroki so pri različnih tipih komunikacije v resnici precej večje kot pa med posameznimi strokami. Ločevanje vrst oblikovanja je, vsaj vsebinsko, bolj administrativne narave in rezultat nečimrnosti oblikovalcev posameznih strok.

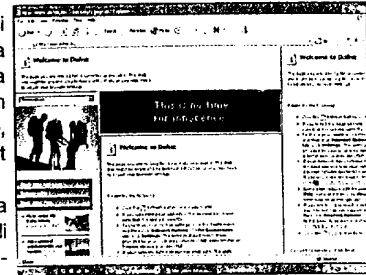
Spletno oblikovanje je zelo mlada stroka in to je nemara njena največja posebnost. Osnovni parametri, kriteriji tukaj še niso postavljeni, zato je napor strokovnjakov, ki delujejo na tem področju, najpogosteje usmerjen prav v definiranje teh okvirov, v želji odgovoriti, kaj spletno oblikovanje sploh je, kakšna je njegova vloga v sodobni kulturni produkciji.

Spletno oblikovanje ni umetnost, je pa zahtevno intelektualno delo. In je vedno delo za konkretnega naročnika.

Dober oblikovalec zna poslušati naročnika, zna stopiti v dialog z njim in dela skupaj z njim. Je analitičen um, ki je v danih okoliščinah, polnih omejitev, sposoben najti najboljšo rešitev. Je discipliniran, sposoben sprejeti kritiko in napačne dela zato, da se iz njih uči. Njegovo delo ni njegov podpis, zato zanj težko rečemo, da ima svoj stil (spletno oblikovanje ni poligon za razkazovanje avtorjevih veščin). Je intelektualec, predan stroki, s svojim delom jo gradi in razvija. Je odgovoren, zaveda se pomena in posledic svojega dela. Je raziskovalec, ki

neutrudno eksperimentira in se uči. Občuduje in spoštuje delo drugih. In projekt vedno konča v predvidenem roku.

Vseh projektov se lotevam z enako zagnanostjo, z enakim entuziazmom. Vsi so zame enako pomembni, ne glede na to, kako veliki ali uspešni so. Zelo cenim timsko delo in vsak končan projekt je plod skupnega dela naročnika in izvajalca.



Dafne.nu kot podpora in del razstave, RenderSpace - Pristop Interactive

ca, zato tudi težko rečem, da mi je kateri bliže. Da je bolj moj. Pri delu skušam biti čim bolj odprt, fleksibilen in se na projekte čustveno ne navežem, kar je po eni strani stvar poklicne deformacije, po drugi pa edina smiselna etična drža oblikovalca.

Če že izbiram, sem pri tem sebičen in izberem tiste, od katerih sem največ odnesel. Znanja in izkušeni. Prenova spletnih strani Najdi.si (ki je še v teku) je gotovo moj najkompleksnejši in (strokovno) najzahtevnejši projekt. Zelo uživam tudi v projektih, ki niso tipično delo za naročnika, ki so bolj umetniške narave: sodelovanje s skupino Irwin pri projektu East Art Map ali pa spletna stran Dafne.nu kot podpora in del razstave Dafne mladih Benečanov Chrash in progress.

Spletno oblikovanje je v Sloveniji in svetu približno enako slabo. Večinoma je to posledica mladosti stroke, po svoje pa je tako tudi zato, ker so se spletnega oblikovanja lotevali napačni, neodgovorni in nezreli ljudje, ki so v tem našli nišo, možnost za dokaj enostaven uspeh. Seveda so izjeme, teh pa je v svetu več, verjetno tudi zaradi večjega, bolj razvitega trga, množičnejše produkcije in ostrejša selekcije.