

MIJN DIGITALE WERELD

In het kader van de opdracht “Digitale en interactieve mediaproducten in mijn leefwereld” heb ik onderzocht welke rol deze producten spelen in mijn dagelijks leven. Door iconen te gebruiken heb ik op een visuele manier laten zien hoe apparaten zoals mijn mobiel, laptop en OV-chipkaart mijn dag beïnvloeden. Zo gebruikte ik bijvoorbeeld een wekker-icoon voor het opstaan en een muzieknoot voor ontspanning onderweg. Deze iconen geven duidelijk weer hoe deze producten geïntegreerd zijn in mijn routine.

Mijn mediadagboek geeft verder inzicht in mijn gebruik van digitale en interactieve media. Ik heb niet alleen geregistreerd welke producten ik gebruik, maar ook waarom en hoe lang. Dit gaf me een beter beeld van de impact van deze producten op mijn leven. Sommige producten, zoals mijn mobiel, zorgen voor veel verbinding en gemak, terwijl andere, zoals sociale media, me afleiden en tijd opslokken.

Tijdens het ontwerp van mijn poster heb ik verschillende stijlen en elementen onderzocht om mijn mediagebruik helder en visueel aantrekkelijk weer te geven. Ik maakte gebruik van ontwerp-principes zoals het toepassen van hiërarchie en kleurcontrasten om de leesbaarheid te verbeteren. De feedback die ik kreeg, hielp me mijn ontwerp verder te verfijnen. Bijvoorbeeld, door de iconen consistent te maken en de kleuren aan te passen voor een betere visuele balans.

Door het ontwerp van deze poster heb ik mijn bewustzijn vergroot over de rol van digitale en interactieve media in mijn leven. Het heeft me niet alleen geholpen om mijn gebruik beter te begrijpen, maar ook om kritisch te kijken naar de tijd die ik besteed aan deze producten. Dit project vormt een belangrijk onderdeel van mijn ontwikkeling binnen CMD, waar ik me wil blijven focussen op het ontwerpen van duidelijke en gebruiksvriendelijke media-oplossingen.

“Digitale media zijn nuttig, maar vragen om bewuste balans.”

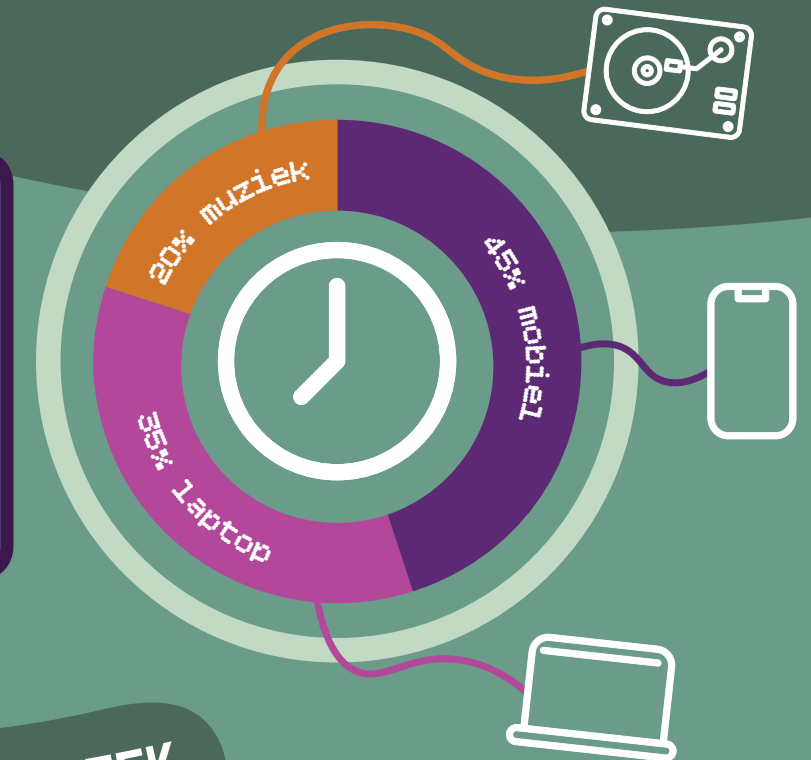
Door dit project ben ik me veel meer bewust geworden van de invloed die digitale en interactieve mediaproducten op mijn leven hebben. Hoewel veel van deze producten handig en efficiënt zijn, zoals mijn mobiel voor communicatie en mijn laptop voor werk, merk ik dat ze ook een emotionele impact hebben. Soms geven ze me een gevoel van verbondenheid, zoals wanneer ik muziek luister of contact houd met vrienden, maar ze kunnen me ook afleiden en een gevoel van tijdverlies geven, vooral sociale media. Dit besef heeft me aan het denken gezet over hoe ik bewuster en doelgerichter met deze producten om kan gaan, zodat ze een positieve rol in mijn leven blijven spelen. Dit bewustzijn heeft ervoor gezorgd dat ik kritischer kijk naar mijn mediagebruik. Ik wil de balans vinden tussen nuttige en ontspannende digitale producten, zonder dat ze mijn productiviteit of welzijn negatief beïnvloeden.

MIJN DIGITALE WERELD

Een Kijkje in het Dagelijks Gebruik van Interactieve Media

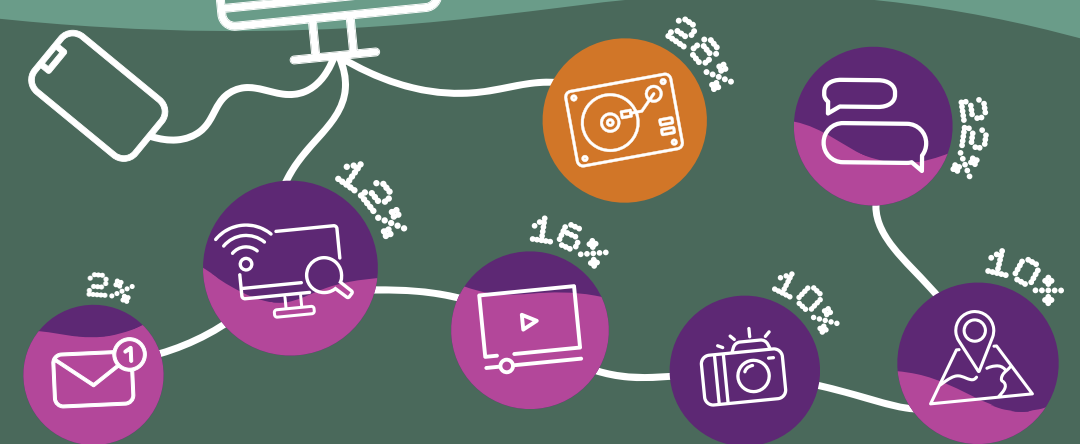
Mobiel gebruik van één week

8 uur Muziek
4 uur Appen
2 uur Spellen
2 uur Internet
1 uur Navigatie
1 uur Camera



42 UUR PER WEEK

Algemeen gebruik alle interactieve media



MUSEUM BEZOEK ARNHEM

Tijdens mijn bezoek aan Museum Arnhem ontdekte ik hoe bijzonder deze plek is. Het museum richt zich op moderne en hedendaagse kunst en design en staat bekend om de maatschappelijke thema's die centraal staan, zoals gender, identiteit en duurzaamheid. Wat dit museum echt uniek maakt, is de focus op inclusiviteit, met een sterke nadruk op vrouwelijke kunstenaars. Het gebouw, met zijn moderne architectuur en uitzicht over de Rijn, draagt bij aan de bijzondere sfeer van het museum.

De tentoonstellingen zijn gevarieerd, met schilderkunst, beeldhouwkunst, fotografie en toegepaste kunst. Elk werk nodigt uit om na te denken over actuele thema's. Voor mij was het fascinerend om te zien hoe kunst in dit museum wordt gebruikt om gesprekken over gender en diversiteit te stimuleren. Hierdoor wordt Museum Arnhem niet alleen bezocht door kunstliefhebbers, maar ook door mensen die geïnteresseerd zijn in

breder maatschappelijke kwesties. De huidige tentoonstelling, Radicaal, is hiervan een perfect voorbeeld. Deze expositie, die te zien is van 7 september 2024 tot 5 januari 2025, gaat in op radicale ideeën en verhalen rond sociale rechtvaardigheid, klimaatverandering en genderkwesties.

Het museum heeft een duidelijke missie: kunst en samenleving met elkaar verbinden. Ze willen in de toekomst meer diverse doelgroepen bereiken en blijven werken aan duurzaamheid. Dit maakt het museum vooruitstrevend en zorgt ervoor dat het relevant blijft.

De doelgroep is breed, variërend van kunstliefhebbers tot mensen die minder vaak een museum bezoeken. Met een combinatie van social media, nieuwsbrieven, posters en interactieve middelen zorgen ze voor een uitnodigende en toegankelijke sfeer. De minimalistische vormgeving en overzichtelijke indeling zorgen ervoor dat de kunst centraal staat, zonder afleiding.

Berthe Edersheim
Zelfportret 1932

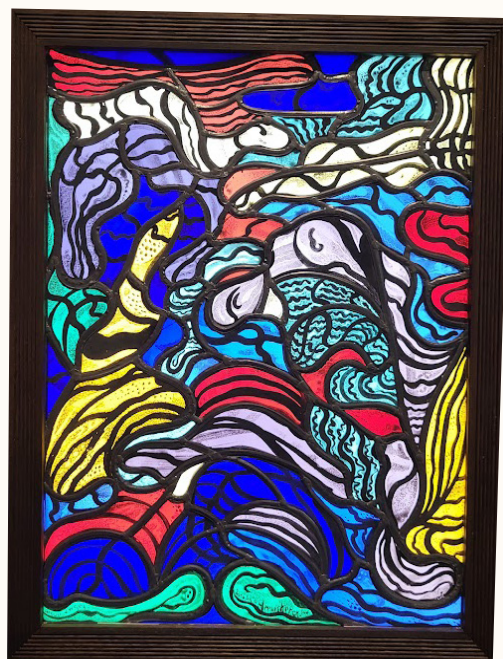


Wat ik vooral waardeerde, was de inzet van interactieve media zoals touchscreens en video's. Dit zorgt ervoor dat je als bezoeker actief betrokken wordt bij de kunstwerken en de onderwerpen echt beter begrijpt. De tone-of-voice van het museum is open en uitnodigend, waardoor je gestimuleerd wordt om over de kunst en de wereld na te denken, zonder dat het te zwaar aanvoelt.

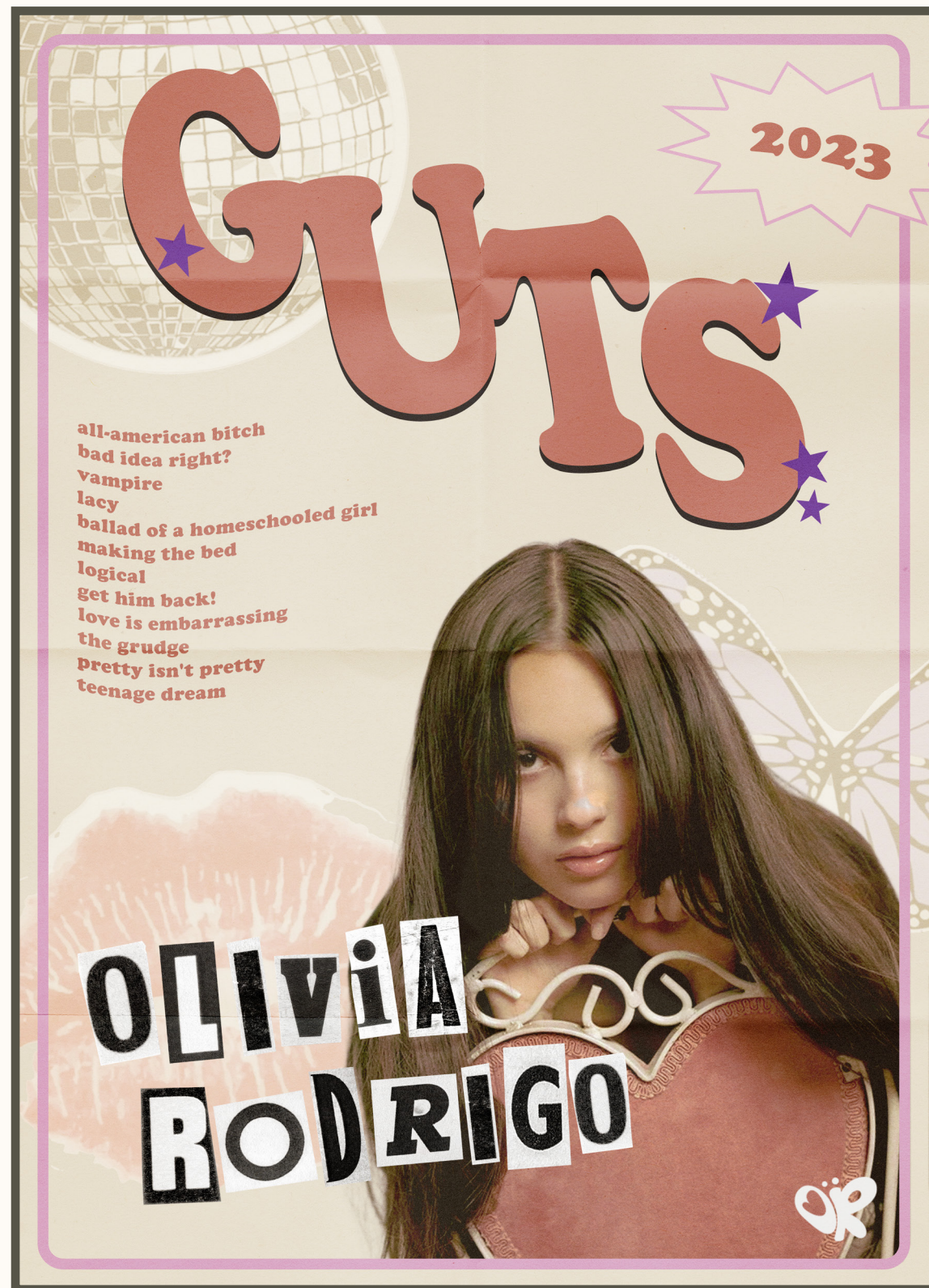
Lou Loeber
De grindgraver 1927



Jacoba van Heemskerck
van Beest
**Glas-in-loodraam,
compositie 1920**



Jacoba van Heemskerck
van Beest
Bild no. 46 1916



Stef Wensink
Grafisch vormgeving portfolio werk /
Olivia Rodrigo GUTS Poster

HET CMD-WERKVELD VERKENNEN

Tijdens mijn verkenning van het CMD-werkveld ben ik steeds meer geïnteresseerd geraakt in de grafische richting van de opleiding. Hoewel CMD veel verschillende mogelijkheden biedt, zoals webdesign, UX, interactieve media en digitale innovatie, spreekt grafisch ontwerp mij het meest aan. Wat me vooral aantrekt, is de balans tussen creativiteit en strategisch denken, iets waar ik altijd sterk door gemotiveerd ben geweest.

Door mijn eerdere ervaring met Adobe-programma's zoals InDesign, Illustrator en Photoshop en mijn mbo achtergrond mediavormgeving bij Rijnijssel, heb ik een goede basis in grafisch ontwerp, wat ervoor zorgt dat ik me zeker voel om in deze richting verder te ontwikkelen. Grafisch ontwerp gaat niet alleen over mooie ontwerpen maken, maar ook over het effectief overbrengen van een boodschap en het verbinden van een merk met zijn doelgroep.

Wat me erg fascineert, is branding. Het creëren van een visuele identiteit die de waarden van een merk weerspiegelt en een emotionele connectie maakt met de doelgroep, lijkt me enorm boeiend. Het ontwerpen van logo's, huisstijlen en campagnes waarin de identiteit van een merk wordt versterkt, voelt als een logische stap voor mij. Daarnaast ben ik geïnteresseerd in het werken aan bredere projecten, zoals verpakkingsontwerpen en visuele campagnes, waar grafisch ontwerp een cruciale rol speelt in het aanspreken van de juiste doelgroep.

In mijn huidige werk, zoals het ontwerpen van magazine layouts, pas ik vaak minimalistische en moderne stijlen toe. Dit helpt om een strakke, overzichtelijke en visueel aantrekkelijke presentatie te creëren die niet alleen functioneel is, maar ook esthetisch aanspreekt. Dit is iets wat ik ook in branding belangrijk vind: de balans tussen tekst en beeld die de kernboodschap versterkt en tegelijkertijd zorgt voor visuele aantrekkingskracht.

In de toekomst zie ik mezelf werken als grafisch ontwerper in een branding-omgeving, waarbij ik met merken samenwerk om sterke, consistente visuele identiteiten te creëren. De mogelijkheid om met zowel digitale als fysieke media te werken en daarmee een merk tot leven te brengen, spreekt me enorm aan. Ik wil verder groeien in deze richting omdat het grafische veld binnen CMD mij de perfecte combinatie biedt van creatief werken en strategisch denken, wat me blijft motiveren om impactvolle en betekenisvolle ontwerpen te maken.



Stef Wensink
Olivia Rodrigo GUTS Vinyl Concept