

## ISTRAŽIVANJE O UNIKATNOM OBLIKU INDUSTRIJSKOG DIZAJNA I KIČA IZ LOŠIH TV EMISIJA

*Mr. art. Aleksandra Rotar,*  
*Odjel za obrazovanje učitelja i odgojitelja,*  
*Sveučilište Jurja Dobrile u Puli (Hrvatska)*  
[aleksandra\\_rotar@yahoo.com](mailto:aleksandra_rotar@yahoo.com)

### *S a ž e t a k*

Sve što u tekstu istražujem, vezano je uz vizualnu, likovnu kulturu a budući da je polazište TV medij kao prenositelj informacija i načina ponašanja, odnosno stanovanja, življenja i bivstvovanja, posebno mlađega naraštaja, odgovorno problematiku svrstavam u polje vizualnog medijskog oblikovanja.

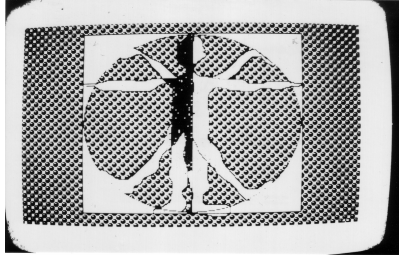
U radu je opisano istraživanje provedeno kod učenika u Školi za primijenjenu umjetnost i dizajn u Puli te kod studenata studija Predškolski odgoj na Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli. Istraživanje se temelji na činjenici da se u emisiji Big Brother Show upotrebljavaju predmeti industrijskog dizajna koji po svom obliku i kvaliteti nemaju podloge ni u nasljeđu hrvatskog podneblja, ni u umjetničkoj kvaliteti zdravog stanovanja. Najčešće se radi o jeftinijim proizvodima masovne proizvodnje a mladoj populaciji i konzumentima emisije daju krivu poruku – o pojmu univerzalno lošeg i bez duha dizajniranog namještaja, pokućstva, posuđa, te njihove međusobne pomiješanosti, što ulazi u kič, izuzevši pojedinačno dobro oblikovane dijelove interijera kod kojih se ne može prepoznati ni jedan hrvatski dizajner ni arhitekt. Upućujem na potrebu uporabe unikatnih dijelova interijera i umjetničkih proizvoda.

**Ključne riječi:** *industrijski dizajn, umjetnost, nasljeđe, učenici, studenti, djeca, kvaliteta prostora, kritičko razmišljanje, znanje*

*Brzina je moderno životno pravilo.*  
(Fernand Leger, 1924.)

Umjetnost je način življenja. Često je čovjek sklon umjetnost vrjednovati prema pomodnim zadatostima koje ne moraju formirati ni stručnjaci ni iskonski umjetnici. Ipak, umjetnost prati inovacije u društvu, pogotovo ako su znanstveno potvrđene i kao takve postaju nezaobilazni dio života mnogih ljudi.

Zadatak je umjetnosti da stvara bolje odnose u društvu. Jedan od načina prijenosa umjetnosti do konzumenta je TV prijamnik ili statični zaslon ekrana (vjerojatno ćemo jednoga dana imati i pokretne zaslone kao i zaslone u pokretu) što omogućuje čovjeku pri gledanju statičnost u stojećem, ležećem ili sjedećem, opuštenom položaju.



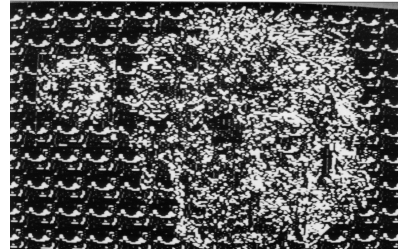
Aleksandra Rotar: «Vitruvijev zakon o proporcijama pet stoljeća nakon Leonarda», crtež, kompjuterska slika na ATARI 1070 STF, program Degas elite, 1984.



Makoto (Japan): Vitruvski čovjek, reljef, gips, 2007.



Aleksandra Rotar: «Portret», kompjuterska slika, ATARI 1040 STF, 1988.

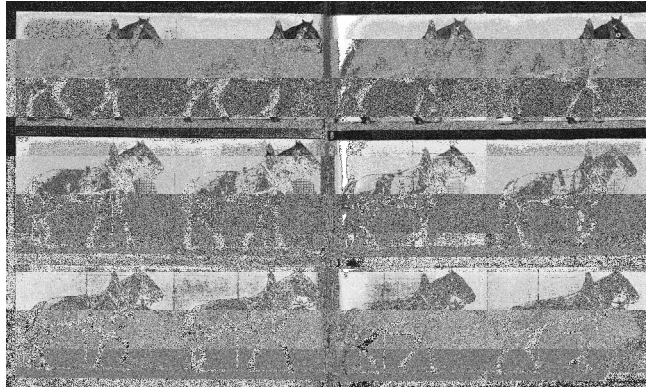


Aleksandra Rotar: «Portret u linearnoj perspektivi na ornamentu motiva oka», kompjuterska slika, ATARI 1040 STF, 1988.

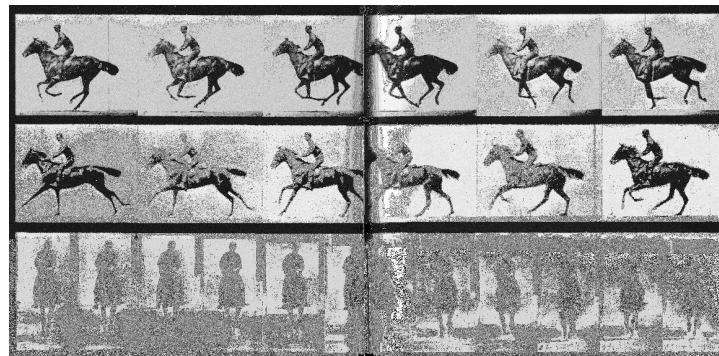
TV prijamnik je nastao slijedom razvoja tehnologije. Dok su se nekada, prije XX. st., portreti i sve druge slikovne zabilješke mogle raditi na način slikanja na papiru, platnu, drvu, pojavom fotografije se proces prenošenja motiva vremenski ubrzao. Dok smo kod slike i primjerice motiva portreta (L. da Vinci, «Mona Lisa») mogli analizom prodrijeti u karakter modela i autora slikara te ocijeniti metjersku genijalnost umjetnika i naučiti o pretvaranju trodimenzionalnog prostora što ga vidimo okom i kroz koji se fizički krećemo. U trodimenzionalnom prividu tog istog prostora na dvodimenzionalnoj plohi drvene daske ili platna, pojavom fotografije promijenio se i način analize motiva i utrošeno vrijeme realizacije. Fotografije su postale financijski jeftiniji proizvod, a mogao si ga je priuštiti veliki broj «konzumenata». Aspekt narcisoidnosti koji čovjek posjeduje nije se umanjio. Pojavom fotografije, naprotiv, u svom liku mogao je uživati bilo koji mali čovjek. Slijedom fotografija poslanih u nizu neke žive ili nežive mase u

pokretu, kroz prostor interijera ili eksterijera, dolazi se vrlo brzo do filma, tzv. «pokretnih slika». Kolikogod se likovni stručnjaci borili za korištenje pri svakodnevnom govoru ispravnog nazivlja fotografije, ona do dandanas, nažalost, ostaje u svakodnevnoj upotrebi često kao «slika».

*Metoda sukcesije* potječe od britansko – američkog fotografa Eadwearda J. Muybridgea. Oko 1880. godine dobio je zadatak od američkog željezničkog baruna Stanforda, da napravi fotografske studije prirodnih pokreta konja. Muybridge je i zadobio Stanfordovo povjerenje nakon rada na pokretnim strojevima. To se sve događalo u Palo Alto, gdje su se kasnije pojavili i od tuda u svijet krenuli, elektropoluvodič i Silicon Valley. (Weibel, 1987.)



Ploča 567. «Billy» potezanje (Muybridge, 1887.)



Ploča 632. «Bouquet» galop, u sedlu (Muybridge, 1887.)

Pokret je bio osnova svega. U slikarstvu, kojeg nisu htjeli olako napustiti, likovni su se umjetnici izražavali na način da su figure u pokretu prikazivale tako da su (filmskim jezikom rečeno) nekoliko «sličica» naslikali jednu preko druge ili jednu iznad druge, na jednom formatu platna. Muybridge se koristi samo fotografijom, tako da svaki dio pokreta konja fotografira samo jednom, a cijeli hod dužine, 24 puta, ali tako da je

vremenski razmak između dviju fotografija isti. Kako tada fotografski aparati nisu bili toliko brzi kao danas, morao se služiti «trakom» po kojoj su bila poredana 24 fotoaparata, u razmacima po pola metra, spremnih na fotografiranje.

Slijedom razvoja fotografije, izumitelji su došli do otkrića «pokretnih slika», tj. filma, a onda i TV prijarnika. TV prijarnik je ljudima olakšao život. Svatko tko ga je posjedovao, mogao je iz svoga mjesta stanovanja biti informiran o događajima u zemlji i svijetu. Ne samo tonski i zvukovno, već i slikovno. Ljudi su bili u pokretu i činilo se da stoje tu, pred gledateljem. Praćenje TV programa je počelo stvarati ovisnike. Čovjek traži ugodu i može je dobiti gledajući u ekran, pokretne slike. Drugima je služila kao medij za doobrazovanje. Pojavom Hitchenskovih horor filmova zabavu temeljenu na voajerskom užitku gledanja patnji koje se događaju onom drugom koji je na ekranu. Pokazalo se je da se tim načinom slanja informacija može manipulirati ljudima. Oko TV prijarnika i kina se je s godinama stvorila cijela industrija bazirana na praznim i često lažnim idejama o financijskom i emocionalnom uspjehu lijepih ljudi. To potvrđuje slučaj nesretne glumice sa suicidalnim završetkom, Marilyn Monroe. Kao motiv svog novog izuma otiskivanja svilotiskom ili sitotiskom na preparirana platna, koristio ju je Andy Warhol. On je i sam radio u industriji, ali ne direktno onoj koja je proizvodila pokretne slike. Bila je to industrija modnih artikala, cipela. Industrijska proizvodnja je bila ništa drugo nego borba za opstanak i uspjeh, sreću, malog čovjeka. Nove tehnologije koje su u originalu stvorene da olakšaju ljudima život, ne moraju nužno biti samo to zbog čega su puštene u optjecaj i date svim ljudima na upotrebu. Na prijelazu između 60-tih i 70-tih godina 20. st. na programu Hrvatske televizije se je prikazivala «sapunica» u serijama naslova «Gradić Payton». Bila je to nešto sofisticiranija priča u nastavcima lakog sadržaja, napravljena brzo, bez zahtjevnijih uloga i karaktera koje su glumci trebali glumiti. Prema mojim sjećanjima, bila je pomno praćena od mahom ženskog dijela populacije, oličenje prikaza dijela američkog društva sređenih okolnosti i bez egzistencijalnih problema. Zar nije želja svakog čovjeka život bez egzistencijalnih (financijskih) problema? Karakter sadržaja fabule i uloga nije se puno razlikovao od današnjih «sapunica» koje možemo gledati na programima Hrvatske televizije i konkurenta RTL televizije, studio Hrvatska. Svi su glumci dobro obučeni, uloge su najčešće vrlo površno glumljene, kadrovi su kratki i usmjereni obično na jednu ili najviše par osoba u interijeru. Dok sam još bila predavala predmet likovnu kulturu u jednoj pulske osnovnoj školi, u šestim je razredima bilo puno djevojčica koje su redovito pratile neku takvu seriju. U školi bi svakodnevno pričale o sadržaju odgledane serije. Kada sam pitala koliko ih u tom jednom razredu redovito prati seriju, skoro sve su djevojčice digle ruke. Dječaka koji su digli ruke je bilo samo nekoliko. Bilo je slučajeva djece koja se nisu upisivala na slobodne aktivnosti iz likovne kulture zbog termina u kojem su se održavale slobodne aktivnosti. Naime, termin se je poklapao s terminom prikazivanja «sapunice» na TV programu naše nacionalne televizije. Ovo je primjer kada je medij pokretnih slika jači od aktivnosti ispunjene kreativnošću s ciljem napredovanja djeteta individue. Sapunice ne pružaju djetetu da razvija u sebi individualnost, već podložnost razmišljanja kao onaj drugi i kreiranju pravila i ponašanja prema pravilima, ali onima onog drugog. Sapunice nisu umjetnost.



## Big Brother Show kao medij direktnog i indirektnog nadziranja

*Ozbiljni ljudi, na primjer, neprestano osuđuju naviku odlaženja na kino predstave, govoreći da će ovakvo ponašanje omladinu odvesti u kriminal. Istovremeno sav onaj rad, koji ima veze sa filmskom proizvodnjom i kino – salama predstavlja rad dostojan poštovanja, jer je to rad, koji donosi zaradu. Uvjerenje da su poželjnije one djelatnosti, koje donose zaradu dovelo nas je u situaciju da je sve okrenuto naglavačke. (Bertrand Russell, 1932.)*

Godine 1976. na njemačkom je jeziku izašao prijevod romana Georgea Orwella, «1984.». Tek kratko vrijeme nakon katastrofalnog učinka zračenja iz pokvarene ruske termoelektrane Černobil, čiji je žuti prah vjetar donio do naših kuća Srednje Europe, počela su se masovno čitati sva književna djela tog pisca. Iz straha od mogućeg uništenja doma nam Zemlje, ljudi kao da su tražili moguću slamku spasa u pročitanim romanima. Kao da je «1984.» nudio objašnjenja za sve ono loše što će se uskoro dogoditi. A za sve će biti odgovoran «Veliki Brat»:

Ein Plakat klebte an der unmittelbar gegenüberliegenden Hausfront. «Der Grosse Bruder sieht dich an!» hieß auch hier die Unterschrift, und die dunklen Augen bohrten sich tief in Winstons Blick. Unten in Straßenhöhe flatterte ein anderes, in einer Ecke eingerissenes Plakat unruhig im Winde und liess nur das Wort Engsoz bald verdeckt, bald unverdeckt erscheinen. In der Ferne glitt ein Helikopter zwischen den Dächern herunter, brummte einen Augenblick wie eine Schmeißfliege und strich dann in einem Bogen wieder ab. Es war ein Polizeistreife, die den Leuten in die Fenster schaute. Die Streifen waren jedoch nicht schlimm. Zu fürchten war nur die Gedankenpolizei. (Orwell, 1976, 6)

Policija koja gleda ljudima kroz prozore u stanove i na taj način kontrolira svaki segment života čovjeka, glavna je ideja romana. Ta je činjenica zastrašujuća. Sustav kontrole i socijalna sigurnost građana se metaforički opisuje kroz dio otkinutog plakata koji vijori na vjetru što ga stvara elisa helikoptera iznad njega. U trenutku kada se kut plakata podigne, uspijeva se nazrijeti dio riječi »Engsoz«, Eng na njemačkom znači usko a Soz prvi dio riječi socijala ili socijalno. Baviti se socijalnim aspektom proizvodnje emisija u kojima gledatelji TV programa mogu pratiti ponašanje sudionika, ama baš sve, govor, pogled, detalje na tijelu, dok spavaju, sanjaju, (...) nije tema ovoga rada, već drugog, kojega imam u pripremi.

Razlika u konzumiranju informacija i s obzirom na to, obrada i daljnja upotreba informacija, se između romana «1984.» i Big Brother Showa očituje u sljedećem: u romanu policija fizički nadlijeće grad i zaviruje ljudima u stanove (što je u vrijeme pisanja romana bilo moguće i realno ostvarivo jer se Internet tada još nije bio počeo koristiti kao masovni medij), a u B.B.Showu gledatelji i promatrači putem elektronskog masovnog medija kontroliraju i prate ponašanja sudionika. Pritom, taj promatrač može biti bilo koji stanovnik Zemlje i stanari, dakle mediji ili osobe – ciljevi ne mogu na to utjecati. Danas se to isto «zavirivanje u dom pojedinca» (moguće žrtve) događa kroz Internet vezu. Veliki brat može na taj način pročitati ama baš sve, npr., tekstove o «žrtvi» pa čak i one najintimnije, vidjeti sve fotografije o nekoj osobi – cilju kontrole. Za razliku od helikoptera koji nadlijeće i zaviruje fizički u nečiji dom i TV kamere u emisiji

BBSHOW gdje je osoba cilj voajerskog promatranja, svjesna je da je gledaju i vjerojatno znaju tko je sve gleda (da je gledaju SVI). Tako se razvija «internacionalni grad» (bolje reći «multikulturni grad», ako to uopće možemo nazvati kulturom), što sam ja bila u jednom svom ciklusu slika u ulju i kompjutorskih grafika nazvala «digitalnim gradom».

Ciklus je bio izložen na samostalnoj izložbi popraćenoj katalogom, u Galeriji Doma hrvatskih branitelja u Puli, od 17. do 30. svibnja 1996. godine, u organizaciji Hrvatskog kulturnog društva Napredak – podružnica Pula.

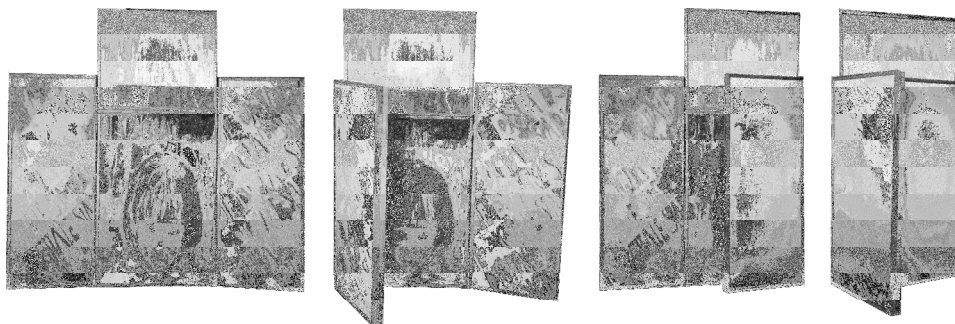
To je grad vidljiv tek kad se pristupi, spoji na Internet. Ili u pojednostavljenom obliku, s manjom mogućnošću slobodnog kretanja i većom mogućnošću manipulacije montažera i snimatelja, te urednika emisije, grad vidljiv na TV ekranu.

Grupa ljudi koja je sudjelovala u radu prestižne Prix ars electronica u Linzu 1995. godine, u katalogu monografiji je nastupila sljedećim tekstom o elektronskom gradu:

*«Das Projekt Internationale Stadt präsentiert die Stadt als soziales Phänomen menschlicher Entwicklung im Internet. Die Stadt als Sammelpunkt, Ballungszentrum, Kommunikations- und Informationsmedium mit ihren Dienstleistungsangeboten ist ein gesellschaftliches und universelles Gesamtmedium und verdient daher im Kontext der «Neuen Medien» besondere Aufmerksamkeit. Grundlegender Ausgangspunkt unseres Projektes ist die Transformation verlorengegangener Funktionalitäten realer Städte in elektronische Netzwerke. Die Visualisierung von Stadtarchitektur ist in diesem Zusammenhang von geringem Interesse. Die Stadt im Netz wird die reale Stadt nicht ersetzen, sie jedoch ergänzen, erweitern und verändern. ([is@is.in-berlin.de](mailto:is@is.in-berlin.de) [www.is.in-berlin.de/](http://www.is.in-berlin.de/), 1995, 255)*

Mišljenja sam da promidžbu ne treba raditi ni jednoj TV kući. Spominjanje imena jedne od takvih nije poželjno već i zato što nemam visoko mišljenje o vrsti emisija koje nudi.

Emisija u nastavcima Big Brother Show je temeljena na romanu «Veliki Brat» G. Orwella. Mit je to, koji danas ljudi zapadne civilizacije doživljavaju kroz tajne službe, mobitele, telefone, bankovne i kreditne kartice i Internet.



Aleksandra Rotar: «Dijete u digitalnom gradu», kombinirana tehnika na platnima, dim. 155 x 200 cm, 1996. Foto: Aleksandra Rotar ©

Jedna je situirana osoba iz miljea mode u Hrvatskoj, a očito i dijela organizacije BBShowa odgovorila na pitanja novinara Jutarnjeg lista I. M., rekavši sljedeću točnu činjenicu:

Pitanje 1: «Smatrate li da je pošteno da su u BB kuću zajedno stavili Nevena, Marka i Ivu, njih troje su grupa koja je od starta u prilici izbaciti ostale?»

Odgovor 1: «Ljudi, sve je to zabava, dajte se opustite više ...»

Pitanje 2: «Za koga biste od vaših prijatelja htjeli da pobijedi i zašto?»

Odgovor 2: «Svi su pobjednici čim su imali hrabrosti stati pred licemjernu – voajersku javnost koja ne gleda, a sve vidi!»

([http://www.jutarnji.hr/kultura\\_i\\_zivot/showbiz/clanak/art-2008,3,15,,112498.jl](http://www.jutarnji.hr/kultura_i_zivot/showbiz/clanak/art-2008,3,15,,112498.jl))

O jeftinosti kvalitete i fenomenu zaborava piše i novinar Der Spegela, Jens Wiesner u tjednom izdanju časopisa od 13. 05. 2008. godine: "Big Brother": «Intrigante Verschwörungen, peinliche Nacktszenen unter der Dusche, das Leben als Schneekugel. So ist die Show zumindest in Deutschland – sie dümpelt in der mittlerweile achten Staffel beim Sender RTL 2 vor sich hin».

«Intrigantne urote, neugodne scene s aktovima ispod tuša, život nalik kugli od snijega. Takav je šou, barem u Njemačkoj – on zagušuje veliki stupanj štovatelja programa RTL 2.»). Ako pratimo BBShow na njemačkom programu RTL 2, uočiti ćemo da je kvalitetom režije, sredstva i kvalitete snimanja, puno bolji te produkcijski puno skuplji nego ovaj koji se nudi u programu RTL Hrvatska. To potvrđuje samo ono što tvrdim da se odnosi i na mnoge druge segmente života u Hrvatskoj unazad nekoliko godina, a to je činjenica da je hrvatsko tržište u većini namijenjeno prodaji otpada, smeća, nekvalitetnih stvari – proizvoda – hrane – filmova – serija koje dolaze iz puno razvijenijih zemalja, posebno SAD-a. Među svim tim nekvalitetnim i za mlade naraštaje (od vrtičkog uzrasta do onih s tek navršениh 18 godina), razarajućim smećem, mi (osoba, roditelj, zajednica, škola, šire društvo) trebamo odgajati svoju djecu onako kako to naša prethodno zadana načela nalažu i pitamo se stalno – kako? Kako ćemo u odgoju postići uspjeh koji će nas zadovoljiti?

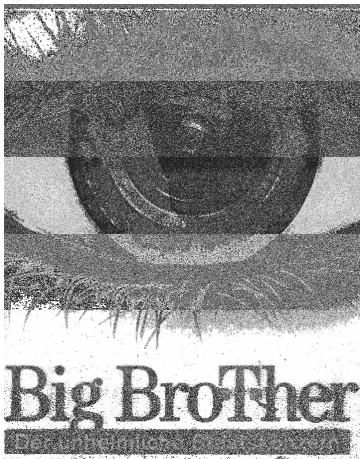


KIČ – miješanje stilova u jednom kadru



U HTV-ovoj emisiji Prizma. Korištenje vrlo sličnih Ornamenata, kao i u BBSHOW – u RTL, koji služe kao dekoracija na traci, na kojoj pišu ime i prezime onoga koji govori. Je li to odraz mode ili straha od konkurencije i njene brojčano veće gledanosti?

Fenomen popularnosti TV emisije BBSHOW koristi u grafičkom dizajnu, reklami, poznati mega-multi-poštar *T-com* koji je iskoristio trenutak globalizacije stvarivši neprikosnovenu moć na uzimanju novca ljudima koji žele i/ili moraju komunicirati.



Promidžba *T-coma* putem grafičkog dizajna na naslovnoj stranici prestižnog visokotiražnog njemačkog časopisa «Der Spiegel», br. 23 / 2.6.08. Časopis se odlikuje uvijek vrijednim, odličnim, čak umjetnički kvalitetnim ilustracijama i fotomontažama. Grafički dizajner je upotrijebio naslov svjetski popularne TV emisije kako bi reklamirao firmu. Putem tako koncipirane ilustracije, fotografije i teksta, rečeno je suštinski najbitnije i na taj se način dalje reklamiraju oba sudionika, *T-com* i *BBSHOW*. Tu se otvara jedna nova mogućnost rasprava na polju psihologije i sociologije.

## Anketiranje učenika i studenata o autohtonom industrijskom dizajnu

*Es kommt bei dieser Architektur nicht auf die Materie an, sondern auf die Organisationsform.» (U ovoj arhitekturi nije više riječ o materiji nego o organizaciji.), (Leonardo Mosso, Die programmierte Stadt, Torino, 1969.)*

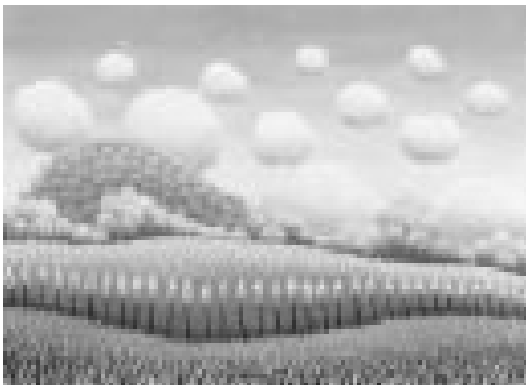
Uređenje interijera i eksterijera stana u kojemu sudionici BBSHOW-a borave je moja glavna preokupacija. Dijelovi su to kućanstva koji spadaju u industrijski dizajn.

Industrijski dizajn je grana likovnih umjetnosti koja brine o:

- kvaliteti proizvoda namijenjenih čovjeku za svakidašnju ili povremenu upotrebu ili za ukras,
- funkcionalnosti proizvoda
- estetskoj vrijednosti proizvoda
- prepoznatljivosti u odnosu na stupanj kulturne razvijenosti određenog podneblja, gdje proizvod postaje plodom autohtonih, sličnih proizvoda po funkciji koji su mijenjali svoj oblik obzirom na potrebe čovjeka koji se je njime služio i obzirom na način korištenja, odnosno razvoja drugih pomagala koja su u međusobnoj vezi s dotičnim predmetom.

Industrija je ukupnost mehaniziranog i automatiziranog radnog procesa kojemu je cilj prerađivanje sirovina ili poluproizvoda u gotov proizvod, a dolazi od latinske riječi *industria* što znači radinost (Anić, Goldstein, 2000.).

Dizajn ili oblikovanje dolazi od latinske riječi *designare* što znači označiti. U engleskom jeziku se koristi riječ *design* što ima isto značenje (Anić, Goldstein, 2000.) Da bi se nešto novo proizvelo, napravilo, kreiralo, poželjno je najprije napraviti skicu, crtež studiju, nacrt budućeg predmeta, onog statičnog ili pokretnog (mobilnog). Onog koji pokreće vjetar strujanjem zraka, a zovemo ga mobil. Ili onoga kojega pokreće motor (automobil) ili koji pokreće čovjek ručno, koristeći svoju fizičku snagu. Nadalje, dizajn je prema istim autorima crtež, nacrt, dezen posebno pripremljene namjene za izradu kakvih proizvoda, opremu knjige, odjevnih predmeta, itd., industrijsko oblikovanje.



Ivan Rabuzin je motive sa svojih slika slikanih načinom naivnog slikarstva hrvatskog podneblja od čega je nastao stil razvijajući se s polazištem u slavonskim Hlebinama, upotrijebio kao slikovne elemente na svojim autorskim vazama. Njegove slike i vaze uvrštavam u izvorni hrvatski proizvod.

[www.artistas.artenaif.com](http://www.artistas.artenaif.com)

## Ciljevi

- doznati gledaju li i prate iste mlade osobe i BBShow i serije, tzv. «sapunice»
- doznati kako i koliko emisija Big Brother Show utječe na mnijenje i razmišljanje te stavove o kiču, estetici i zdravom životu kod učenika Škole za primijenjenu um-

jetnost i dizajn i budućih odgajatelja u dječjim vrtićima i učiteljima razredne nastave sa Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli.

## Zadaci

– anketiranjem učenika Škole za primijenjenu umjetnost i dizajn u Puli saznati mišljenja likovno obrazovanih srednjoškolaca

– ispitati i dobiti mišljenja studenata studija Predškolski odgoj s istog Sveučilišta i s istog Odjela (koji u prosjeku najčešće nisu stekli kroz srednjoškolsko obrazovanje nikakvu likovnu naobrazbu osim onih koji su nakon završene Gimnazije ili Škole za primijenjenu umjetnost i dizajn, a koji će nakon studija najvjerojatnije raditi u dječjim vrtićima kao odgajatelji)

– ispitati mišljenja učenika i studenata o umjetničkoj, tehničkoj i estetskoj kvaliteti industrijskih proizvoda koji se nalaze u interijeru i eksterijeru BB kuće.

## Hipoteze

1. Učenici Škole za primijenjenu umjetnost i dizajn rjeđe ili uopće ne gledaju «sapunice» ni BBSHOW. Oni prosuđuju o kvaliteti industrijskog dizajna u emisijama zdravo i kritički, analiziraju proizvode po kriterijima vlastitih osjećaja izgrađenih utjecajem zdrave okoline doma u kojem su odrasli ili dobivenim znanjima iz škole.

2. Studentice, skoro su sve samo djevojke, studija Predškolski odgoj u prosjeku češće prate «sapunice» i BBSHOW, posebno one koje nisu završile gimnaziju ili ŠPUD i o primjerima industrijskog dizajna viđenima u emisijama razmišljaju na način «sviđa mi se – ne sviđa mi se» ili «lijepo je ili nije», pritom se ravnajući prema jeftinim proizvodima koje vide u supermarketima jeftinih proizvoda, ali ne prema proizvodima iz IKEA-e

3. Da će odgovori biti usmjereni na kič uređenje interijera i eksterijera kuće.

## Rezultati i rasprava

U Školi za primijenjenu umjetnost i dizajn učenici se primaju u prvi razred nakon položenog prijamnog ispita koji se sastoji od zbroja četiri ocjene iz sedmog i osmog razreda osnovne škole, predmeta hrvatski jezik, likovna kultura, kemija i povijest. Na kraju prvog razreda opredjeljuju se prema afinitetima u odjele, slikarski, kiparski, tekstilni i grafički dizajn.

Anketa je napravljena u 3. razredu a pristupili su svi učenici s te godine, sa sva četiri odjela. Svi su učenici odgovorili da ne prate BBSHOW. Na pitanje sviđaju li im se predmeti industrijskog dizajna koji se u emisiji koriste

- dvoje učenika nije ništa odgovorilo – pretpostavka je da oni nikada ne gledaju emisiju.

- sedmero je učenika napisalo da im se ne sviđa, a četvero da im se sviđa.

Odgovori su sljedeći:

- ima lijepih stvari

- lijepo su i moderno uređene sobe a inventar uništavaju ogromni zidovi koji nas odvajaju od ostatka svijeta

- mislim da nije kič već je namještaj jednostavan u žarkim bojama

- po meni su previše kičasti i ne sviđa mi se ništa u vezi s Big Brotherom jer uglavnom tamo idu samo imbecili. Niti su duhoviti, niti su zanimljivi. Samo daju lošu sliku hrvatskog naroda.

- previše kičasto i jadno, previše šareno (...) boje se trebaju stapati.

Na pitanje prate li redovito TV serije tzv. sapunice, jedanaestero je učenika odgovorilo da ne prate, a dvoje da prate (Malcolm u sredini, Rat u kući, Reži me).

Kvalitetan industrijski dizajn su definirali ovako:

- je onaj dizajn koji nam se sviđa, koji vrijeme prihvaća te koji je dobar za smirenje i zdravlje

- to je dizajn koji je podređen funkciji i ergonomičan je

- kad je nešto napravljeno s ukusom

Većina uopće nije odgovorila na pitanje.

Na pitanje ima li namještaj i posuđe iz BB Showa ikakve veze s hrvatskim nasljeđem, devetero učenika je niječno odgovorilo, a dvoje potvrdno. Ostali nisu ništa zaočkružili. Objašnjenje su napisala samo dva učenika, a jedan od odgovora bio je sljedeći:

- sve što se tamo koristi nema veze s hrvatskim nasljeđem nego su to predmeti iz velikih stranih trgovačkih kuća.

Zadnje pitanje koje je i najkompleksnije, te pruža široki dijapazon mogućih odgovora, samo su neki učenici komentirali:

- mislim da nikakvo posuđe nema veze ni s kojom tradicijom ni kulturom, zašto bi i imao ikakve veze kada je strana emisija i otkupljena je!

- jedina veza jest ta da je ormar postojao nekad i danas.

Anketirani 1. razred iste škole.

Četvoro učenika redovito prati emisiju, trinaestero učenika ne prati. Predmeti industrijskog dizajna se sviđaju jedanaestorici učenika, dok se petorici učenika ne sviđaju. Objašnjenja su sljedeća:

- uklapaju se u modernije vrijeme a opet sadrže neku toplinu doma

- zanimljivi su

- sviđaju mi se jer su cool, neki su kičasti

- predmeti su dobro usklađeni i zanimljivi

- sviđa mi se namještaj jer izgleda moderno ali mislim da je previše kič

- ne pratim emisiju zato jer je glupa
- ima lijepih modernih stvari, čvrstih linija, zanimljivi materijali
- zanimljivi, lijepo uklopljeni u prostor, skladne boje.
- koji lijepo izgleda
- ne sviđa mi se.

Većina se učenika slaže u tome da je prisutan kič.

Sapunice prati samo petoro učenika (Zabranjena ljubav, Zauvijek susjedi, Rat u kući, Dadilja, Bitange i princeze, Ne daj se Nina). Na pitanje što je to kvalitetan industrijski dizajn slijede rijetki odgovori:

- onaj koji se ne raspadne nakon mjesec dana
- ne znam objasniti
- onaj koji služi namjeni i ima i estetsko značenje
- dizajn koji ima kvalitetnu konstrukciju i kvalitetu materijala, kada oblik prati funkcija
- spoj kvalitete materijala, funkcionalnosti i estetike.

Na pitanje ima li namještaj i posuđe iz BB kuće ikakve veze s hrvatskim nasljeđem, odgovaraju:

- kopiramo Amerikance
- nema

Na zadnje pitanje ima li namještaj ili posuđe iz BB kuće ikakve veze s bilo kojom kulturom iz prošlih ili sadašnjih vremena koja je vezana uz hrvatsku kulturu, odgovaraju samo poneki učenici:

- nisam sigurna, namještaj iz BBS-a podsjeća na skandinavski dizajn.

To je istina.

Prijaviti se na studij Predškolski odgoj Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli mogu svi oni koji su s pozitivnom ocjenom završili četverogodišnju srednju školu. Nakon prijave podliježu selekciji osnovom bodovanja ocjena iz pojedinih predmeta, te sveukupnim prosjekom ocjena sve četiri godine srednjoškolskog obrazovanja. To znači da se smiju upisati mnogi učenici koji tijekom četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja nisu imali predmete vezane uz likovnu kulturu ili povijest umjetnosti. To su studenti sa završenom ekonomskom školom, medicinskom školom, te komercijalisti, nerijetko kozmetičari koji kao dodatak toj trogodišnjoj školi imaju završen još četvrti razred u nekoj od srednjih škola.

Studentice završne, 3. godine studija (samo je jedan student u grupi) njih sedmero ne prati emisiju BBSHOW, a njih 13 prati. Predmeti industrijskog dizajna u emisiji sviđaju se 11 studentica. Objašnjenja odgovora su sljedeća:

- ne sviđaju mi se jer je prisutan kič, ja slijedim pravilo «manje je više»
- moderno je, odgovara vremenu u kojemu živimo
- sviđa mi se



- sve je to kič
- mislim da je za takav show potreban namještaj kakav koriste da bi privlačili pozornost iako ga ja u svakodnevnom životu nikada ne bih upotrijebila.

Većina studentica nije dala odgovore.

Na ključno pitanje Što je to kvalitetan industrijski dizajn, slijede odgovori:

- sve što nije kič i služi svrsi i namjeni za što je načinjeno
- minimalistički namještaj
- onaj koji je skup, danas nema kvalitete već je sve precijenjeno, skupo
- dizajn koji nam nešto predstavlja i znači
- to je dobro osmišljen dizajn
- da je lijepo dizajniran ali i da dugo traje.

Većina je odgovorila s «ne znam».

Odgovori na pitanja iz ankete «Bi li kao budući odgajatelj ili učitelj koristili u vrtiću ili školi namještaj i posuđe iz BBSHOWA», četvero je studenata odgovorilo s «da», dvadeset ih je odgovorilo s «ne» dok se ostali, njih troje nije izjasnilo a to su oni koji uopće ne gledaju nikakve TV programe ili ne gledaju ni BBSHOW, ni «sapunice».

Na 8. pitanje ima li namještaj iz BBSHOWA ikakve veze s hrvatskim nasljeđem, 20 je studenata odgovorilo da nema, jedan je student odgovorio sa «ne znam», a šestoro nije ništa zaokružilo. Pretežito su to studenti koji su napisali da nikada ili skoro nikada ne gledaju TV. Objašnjenja koja su se tražila u anketi su najčešće ostajala prazna, bez komentara, dok je jedan student napisao:

- mi nemamo svoj stil pa uzimamo od drugih zemalja.

A drugi student:

- jer hrvatskog nasljeđa nema uopće u tom «showu».

Studentice studija (sve su same djevojke u grupi) Predškolski odgoj, 2. godina, su završile sljedeće srednje škole prije upisa na Sveučilište: Turističku u Dubrovniku, u Puli za hotelijersko turističkog tehničara, poljoprivredni tehničar u Poreču, hotelijer – ugostitelj u Poreču, Glazbenu školu u Puli, zanimanje komercijalist u Poreču, komercijalist u Rovinju, Strukovnu, zanimanje trgovac u Pazinu, strojarstvo u Daruvaru, Ekonomsku u Rijeci, Školu za turizam, ugostiteljstvo i trgovinu u Puli, Ekonomsku školu u Puli, Strukovnu u Puli, Jezičnu gimnaziju u Poreču, Gimnaziju u Puli, Strukovnu u Pazinu, Ekonomsku u Puli, Medicinsku u Puli.

Na prvo pitanje «Prate li emisiju», njih 13 je odgovorilo s «ne», a ostale, njih 12 je odgovorilo s «da».

Na drugo pitanje «Sviđaju li im se predmeti industrijskog dizajna koji se koriste u emisiji», njih 14 je odgovorilo s «ne», dok ih je 11 dalo odgovore «da». Ne mogu iz odgovora izvući pravilo s obzirom na one koji gledaju i ne gledaju emisiju, budući da su neke studentice koje gledaju emisiju odgovarale da im se sviđaju, neke su opet odgovarale suprotno, i obrnuto. Bilo je i onih koje nisu gledale emisiju, a sviđa im se namještaj. Mogu zaključiti jedino da su to one studentice koje ne prate redovito emisiju, ali komuniciraju sa svojim kolegicama o tome ili gledaju samo povremeno, ali ne s ciljem

gledanja nego samo slučajno. Odgovorima tih studentica ne bih posvetila previše pažnje jer su obično rubrike namijenjene odgovorima ostajale prazne ili su ih precrtavale.

Nakon uvida u odgovore, nameću mi se sljedeća pitanja:

1: Ako odgajatelj nikada ne gleda nikakav TV program, može li biti dobar odgajatelj?

2: Ako odgajatelj ne pogleda i one loše emisije koje se nude unutar TV programa, kako će moći djeci u vrtiću objasniti zašto su te emisije loše?

3: Ako odgajatelj ne zna svojim riječima objasniti što je za njega dobar industrijski dizajn, kako će s djecom raditi kvalitetne projekte i radove?

4: Ako se više od pola budućih ispitanih odgajatelja zabavlja dokoličareći tako što gleda isprazni BBSHOW, može li biti dovoljno kvalitetna osoba za zahtjevnju, naporanu i kompleksnu profesiju odgajatelja?

5: Ako većina budućih odgajatelja koji su u sredini ili mahom pri kraju studija, misli da namještaj koji se koristi u emisiji ne bi nikada upotrijebili kao dio inventara u vrtiću, kakav bi onda upotrijebili? Ovo pitanje ostaje za neku sljedeću anketu.

6: Što je potrebno poduzeti, da se (ipak možemo konstatirati !) otuđenje nastalo nametanjem tuđega industrijskog dizajna, spriječi i anulira?

7: Je li potrebno prilikom upisa studenata u 1. godinu studija napraviti selekciju prema tome jesu li ili nisu imali likovnu kulturu u srednjoj školi?

8: Može li odgajatelj koji tijekom srednjoškolskog obrazovanja nije imao niti jedan sat tjedno ni likovnu kulturu ni povijest umjetnosti, kvalitetno likovno raditi s djecom predškolskog uzrasta?

9: Može li odgajatelj tijekom studija nadoknaditi ono što su drugi studenti dobili tijekom srednjoškolskog obrazovanja?

10: Učenici i studenti često spominju riječ «kič» kada žele objasniti loš način uređenja interijera. Kakvu populaciju privlači taj kič s TV ekrana i zašto?

11: Pojavljuje li se kič u ulozi laži serviranih o materijalnom uspjehu na brzinu? Ako da, onda je to kažnjivo djelo.

U dječjim vrtićima, u sastavljanju i realizaciji kvalitetnih aktivnosti, nema kataloga kojima su se odgajatelji nekada služili a koje su dobivali od nacionalne Hrvatske televizije. Ti su im katalogi služili kako bi mjesec dana unaprijed mogli sastavljati planove i uvrštavati pojedine edukativne i kvalitetne emisije u program rada. Učenje predškolske djece gledanju kvalitetnih TV emisija stvara kod djeteta naviku za odabirom kvalitete, te a priori prihvaćanje modela ponašanja unutar svega što se na tržištu nudi. Model selekcije ponuđenog dijete može prihvatiti i donijeti iz vrtića, a ne samo iz obiteljskog doma u kojemu se na žalost danas izgleda roditelji sve manje kvalitetno bave vlastitom djecom. Razlozi su najčešće egzistencijalne prirode. Da bi svojoj obitelji, djeci, osigurali materijalne potrebe, moraju često veći dio dana biti odvojeni od vlastite djece.

## Unikatni primjeri industrijskog dizajna

Švedska je zahvaljujući ulaganjima u obrazovanje grafičkih i posebno, industrijskih dizajnera postala prepoznatljiva u svijetu. Razvila je između ostaloga lanac prodajnog diva dobrog i kvalitetnog dizajna, kvalitetnih materijala, s vrlo pristupačnim cijenama, za uređenje interijera, nama najpoznatija po IKEA-i. Oblici nalaze temelja u prošlostoljetnom Bauhausu, s dodatcima novih dizajna tekstila i upotrebom metala kao dodatka drvenim konstrukcijama. Zanimljivo je da se IKEA vrlo često sreće u većim gradovima u kojima se nalazi mnogo sveučilišta i studenata koji ih pohađaju. Primjeri IKEA namještaja i pribora za kućanstvo su svakako industrijski humani proizvodi jer se jedan proizvod multiplicira po nekoliko tisuća puta. Oni ne prodaju unikate.

Prilikom otvaranja Galerije Cvajner na pulskom Forumu, vlasnica, povjesničarka umjetnosti, Gorka Ostojić Cvajner se za popunu interijera koristila, prethodno ih naručivši od likovnih umjetnika, unikatnim stolovima i stolicama. Oni su gotovo svi danas samo izlošci jer najčešće nisu namijenjeni komercijalnoj, višekratnoj upotrebi. Oni sada predstavljaju umjetnička djela a potencijalni predlošci su za moguću buduću industrijsku multiplikaciju i proizvodnju u nekoliko tisuća komada. Primjer je fotografija moje stolice. Antistolice.



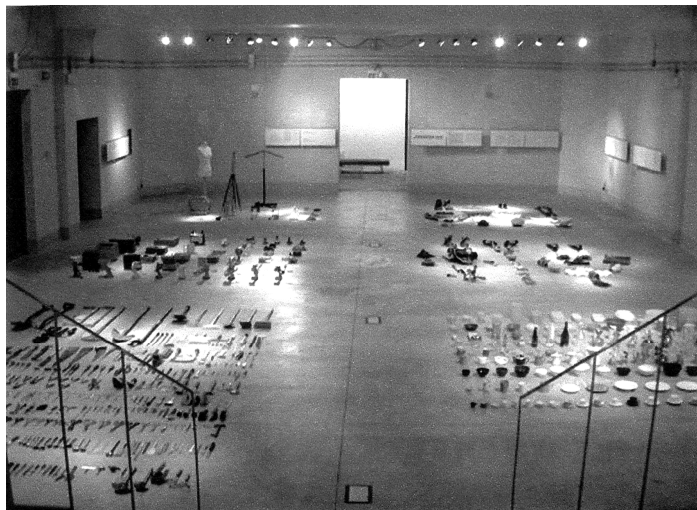
Primjer s plakata D – FUKTION, izložbe njemačkog odličnog dizajna u Goethe institutu u Trstu.

U Zagrebu je u Muzeju za umjetnost i obrt prošle godine gostovala izložba skandinavskog dizajna. Svaku pohvalu zaslužuje ULUPUH koji u svom zagrebačkom izlož-

benom prostoru organizira izložbe i prezentacije domaćih autora, primijenjenih umjetnika, svojih članova.

Svijetli primjer autohtonog, hrvatskog dizajna su upotrebnih predmeti u domaćinstvu na čijim se bijelim plohamo nalaze motivi sa slika slikara naivca Ivana Rabuzina.

Kravata, modni ukras koji temelje nalazi u izrazu ljubavi žene prema mužu, danas je proizvod koji pruža neograničene mogućnosti izražavanja i promiče Hrvatsku u svijetu mode, ujedno poslovnom svijetu kapitala. Žalostan je primjer hrvatskih tvornica odjeće koje propadaju jer svoje proizvode ne uspijevaju prodati pred konkurencijom. Možda bi pomogao rad tekstilnih dizajnera kod oblikovanja odjeće i grafičkih dizajnera kod oblikovanja promidžbenih materijala, te vizualnog identiteta tvornice, da se artikli prodaju i tvornica živi. Da bismo u tome uspjeli, moramo obrazovati ljude. Kao što to država Finska radi. Polazeći od dječjeg vrtića i osnovne škole. Primjer originalnog finskog dizajnera Pekke Harnija je njegovo apsolutno bavljenje istraživanjem pojedinih predmeta industrijskog dizajna te stvaranje novih, originalnih i nezamjenjivih koje finske tvornice produciraju i prodaju kao originalni dizajn finskog dizajnera i arhitekta.



Pekka Harni, Finska.

Primjer izložbe industrijskog dizajna kroz povijest, kronološkim redoslijedom za svaki predmet pojedinačno.

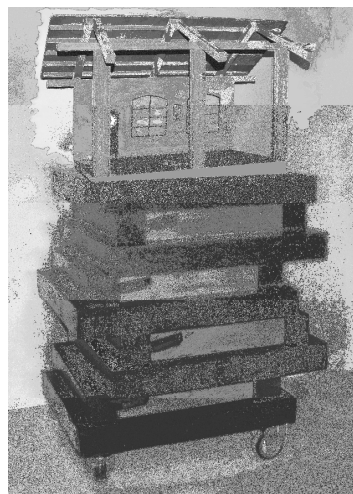
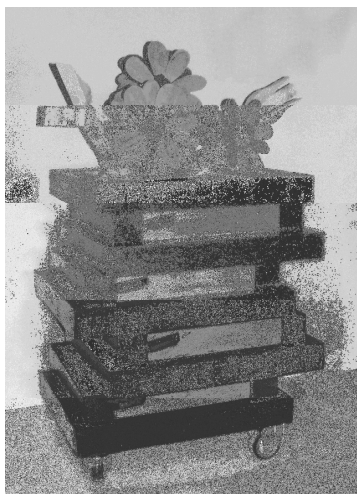
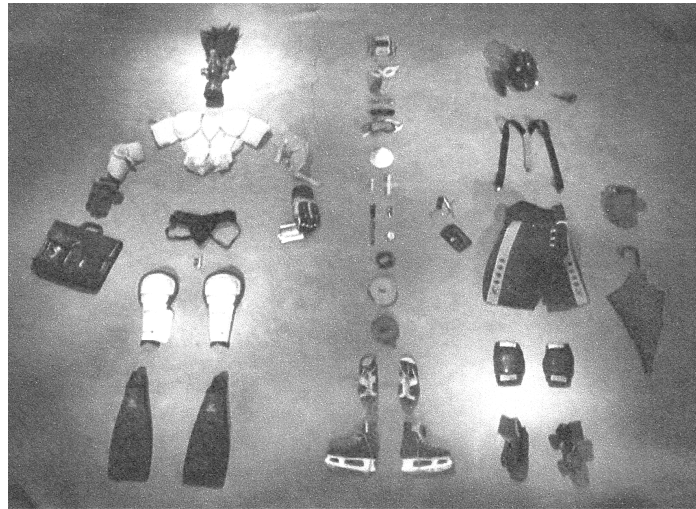
Izložba je realizirana u Artandgallery, Milano, Italija

[www.harni-takahashi.com/exhibitions/exhibitions01.html](http://www.harni-takahashi.com/exhibitions/exhibitions01.html)

Moderan je namještaj danas dostupan svima. Odjevni predmeti mogu biti kao i namještaj, unikatni ili industrijski proizvedeni. Cilj moga razmišljanja je prije unikatni

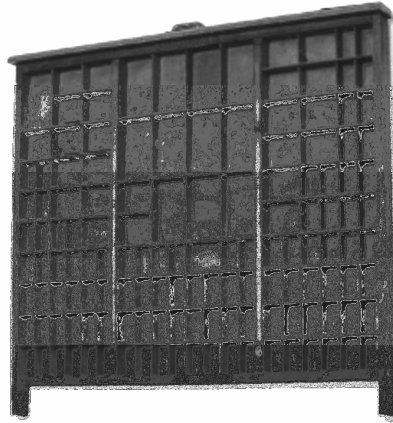
proizvod nego industrijski proizvod. Ako je to već industrijski proizvod, onda je u svakom slučaju hrvatski proizvod temeljen na autohtonim zadatostima.

Ovo su primjeri unikatnog namještaja, moderne komode čije su ladice spašene od bacanja u kontejner za otpad. Sadašnje ladice su bile nekada kutije za pribor za tehničku kulturu u osnovnim školama. Napravljene su od kvalitetnog tanko rezanog drva jasena za bočne, prednje i zadnje stranice i šper ploče za donju ploču. Takva komoda može biti dijelom interijera dječje sobe, s drvenom kućicom za lutke na vrhu. U hodniku, kupatilu ili dnevnoj sobi kao ukras s cvijećem od drva na vrhu. Može biti postolje za skulpturu ili kao postolje za sklopivu dasku te tako tvoriti kuhinjski pomični stol.

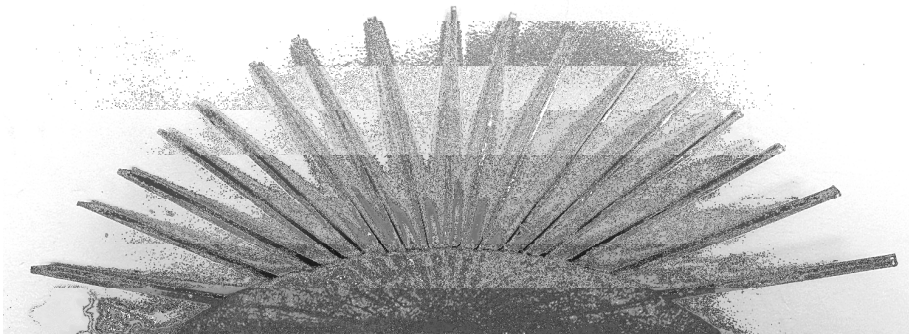


Aleksandra Rotar ©

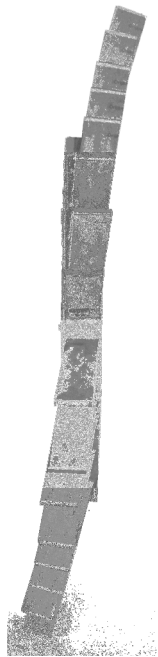
Primjer minijaturnih polica, spremnik i izložbeni stalak za dječju sobu za figurice iz Kinder jaja. Predmet je industrijski proizvod, ali ručno rađen. Napravljen je od tankih drvenih letvi.



Aleksandra Rotar



Ovaj objekt, niski reljef od drva funkcioniра i kao umjetničko djelo. Tko si ima pravo prisvojiti ga kao umjetničko djelo? Onaj koji ga je našao (na otpadu) i prepoznao kao dio umjetnosti. Nije bitno samo naći već i prepoznati. Uostalom, objekt je rađen kao ladica ali danas stoji obješen na zidu kao reljef, umjetničko djelo koje umjetnik koji ga je kao takvog prepoznao, zna i može obraniti ga kao takvog.



Primjer visokog reljefa kao zidne dekoracije i umjetničkog djela. Kada se gleda s bočne strane, vidi se lepezasto kretanje tankih letvica (linija u prostoru), nalik na rašireno paunovo perje. Ako se gleda frontalno dok je objekt obješen na zid, onda se nikakvo lepezasto kretanje ne vidi, već se vide dijelovi letvica koji svojim redanjem formiraju slovo S.



Aleksandra Rotar  
Ova stolica s fotografije nije dio fundusa Galerije Cvajner, već se nalazi u vlasništvu autorice.

## Zaključak

*Bitno je očima nevidljivo.* (Antoine de Saint-Exupery, 2002.)

Čitaju li djeca «Malog princa» ne brine samo znanstvenika Korada Korlevića, nego svakog dobrog učitelja profesionalca. Barem bi to tako trebalo biti. Ako pak čitanje «Malog princa» ostavimo na volju roditeljima ili djeci, onda ga djeca stvarno neće čitati, barem ne većina njih. Jer će im slobodno vrijeme u kojemu bi bili ikako motivirani i to mogli raditi, popuniti, možda, loše TV emisije i «sapunice». Ali ako školski sustav u programu obveznog školovanja ima uvršteno čitanje i obradu «Malog princa», onda će to remek djelo stvarno i biti pročitano i razumljeno. Kada pitam studente na satu zašto je slika «Mona Lisa» Leonarda da Vincija remek djelo, odgovaraju da je to zato što se ona lijepo smije, zato što je njen osmijeh značajan, tajanstven, zato što nam se čini da nas njene oči (zjenice) prate kudgod se mi kretali, lijevo, točno pred njom ili desno od nje. Nekolicina studenata odgovara onako kako je pročitala u jeftinim tjednim časopisima tekst koji je možda novinar dobio kao zadatak – kaznu jer nije nešto ispunio što je trebao. Naravno, ni dotični novinar ne zna istinu znanstveno potvrđenu. Slika je slikana načinom svjetlo – tamno (chiaro – scuro) što se vidi kod nabora na rukavima haljine, a pejzaž je iza portreta slikan pomoću zračne i linearne perspektive. Iako zakon linearne perspektive da Vinci nasljeđuje od Vitruvija, postavlja je, u renesansi iza portreta, prvi na dvodimenzionalnu plohu slike i dobiva prikaz dojma trodimenzionalnosti. Studenti se sjećaju spomena osmjeha «Mona Lise» iz knjige Ivana Kušana «Koko u Parizu» koju su čitali kao obveznu lekturu u šestom razredu osnovne škole, gdje Koko govori kako ga se dojmila ta slika izložena u Louvreu u Parizu jer se na njoj Mona Lisa lijepo ceri. Djeca pamte ono što je smiješno.

Kako kvalitetno odgajati i obrazovati buduće generacije djece kada najčešće sva htijenja ostaju na entuzijazmu pojedinaca? Na onima koji su u vječitom sukobu s nadređenima koji bi im zapravo trebali omogućiti i olakšati cijeli postupak realizacije projekta. Odgajatelji, učitelji i profesori moraju se ponekad snalaziti sami kako bi bili uspješni. Programi za likovnu kulturu su za osnovne škole u Republici Hrvatskoj prepolovljeni. Tjedno učenici imaju samo jedan sat, umjesto dva koliko ih je bilo ranije u programu. Time se predmet marginalizira i ne uči se učenike sustavnom radu i razmišljanju. To se vidi i kod studenata koji upisuju studije razredne nastave i predškolskog odgoja.



PEGLA

Žuto glačalo za robu Dine Ivasića





FEN - Raznobojna sušila za kosu  
Aleksandra Plečka

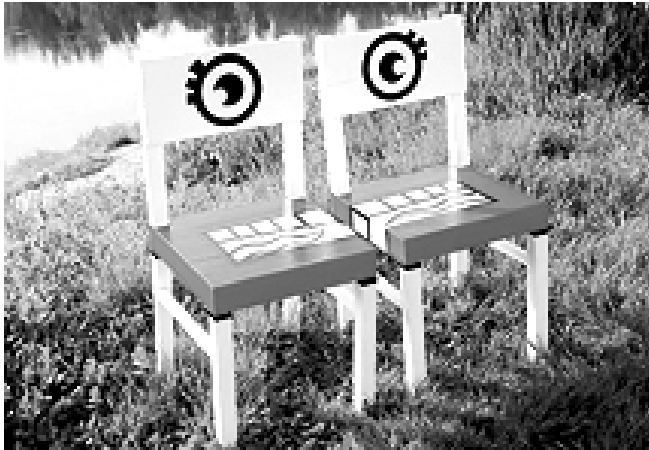
U Hrvatskoj nedostaje industrijskih dizajnera. Često su to arhitekti koji skupa s oblikovanjem i arhitektonskim rješenjem zgrade nude i posebno dizajnirani namještaj. Ipak, moram reći da je takva pojava u Hrvatskoj poprilično rijetka.

Odgovorno tvrdim da u Puli već dugo nismo imali izložbu industrijskog dizajna u izložbenim prostorima. Prije nekoliko godina je u Multimedijalnom centru Luka gostovala izložba stolica talijanskog dizajnera iz Italije. Nakon toga je jedan Puljanin izložio svoje motocikle koje je dizajnerski preoblikovao.

#### *Hrvatski industrijski dizajneri*



Izložci na Zagrebačkom  
velesajmu, "Hrvatski  
dizajn", otvorenje  
6. 10. 2008.



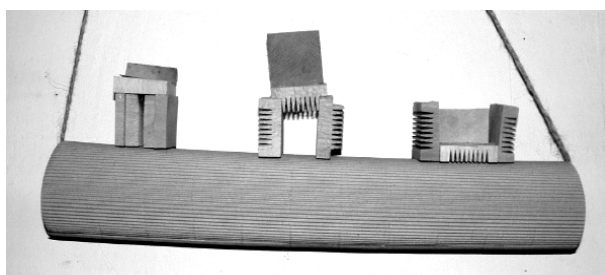
OBLO - igračka Marka Pavlovića

Udruga za kreativnu borbu protiv vjetrenjača "100 lica" na čelu s voditeljem Borisom Metešićom osmislila je projekt od sto rukom oslikanih stolica koje prikazuju osjećaje, sudbine i raspoloženja. Stolice su predstavljene javnosti u rujnu ove godine na Trgu Ante Starčevića u Osijeku, a cijeli događaj zabilježen je fotoaparatom i videokamerom. Od dobivenih materijala kasnije je napravljena knjiga i kratki film na tu temu. [www.jutarnji.hr/nekretnine/arhitektura/clanak/art-2008,11,22,,142120.jl](http://www.jutarnji.hr/nekretnine/arhitektura/clanak/art-2008,11,22,,142120.jl)

U Galeriji Diana na Forumu u Puli je godine 2002. odgajateljica Mirjana Kalčić iz Dječjeg vrtića Tratinčica izložila svoj vrlo kompleksan projekt pod nazivom «Stolica». Popratni promidžbeni materijal bio je CD prezentacija u PowerPoint programu s mnoštvom reprodukcija radova djece u boji. Bilo je zastupljeno mnogo tehnika, od crtačkih, slikarskih, do tehnika prostorno plastičnog oblikovanja. To je bio hvalevrijedan ulog u budućnost. Postav izložbe potpisuju red. prof. Vera Kos Paliska, akad. slik. i mr. art. Aleksandra Rotar. Radovi djece su bili izlagani na podu, viseći sa stropa (mobili), obješeni na dva zida galerije, a sve u svrhu što neobičnijeg i boljeg prikaza radi privlačenja pažnje posjetitelja.

Zaključujem da je u današnjem svijetu velikih promjena ostavljeno pojedincu pedagogu da, riskirajući, što kvalitetnije obrazuje i odgaja buduće naraštaje, ravnajući se i po vlastitim kriterijima i nađenjima unutar kojih će se granica kretati prostorom dječje slobode i kreativnosti. «Moderna likovna pedagogija bazira se na pedagoškim i didaktičkim principima. Fundamentalni princip je stvaralaštvo, slobodni likovni izraz u skladu s uzrastom djeteta, poštujući psihološke i estetske zakonitosti, od šare do adolescencije.» (Vera Kos - Paliska, 2008).

*Iz najtoplijeg kuta  
dječjeg srca*



Radovi djece Dječjeg vrtića  
«Tratinčica» iz Pule, vođena  
odgajateljicom savjetnicom  
Mirjanom Kalčić. Motiv:  
stolica.

“Stolica”

*Stolica*

*Velika stolica*

*Drvena velika stolica*

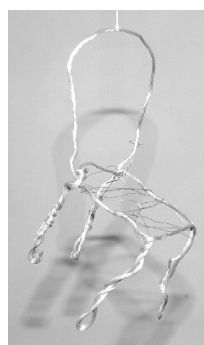
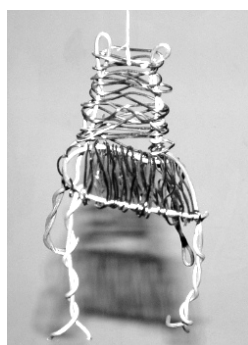
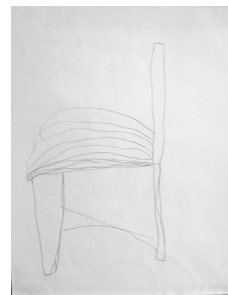
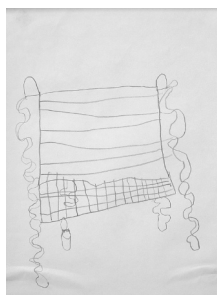
*Široka velika drvena stolica*

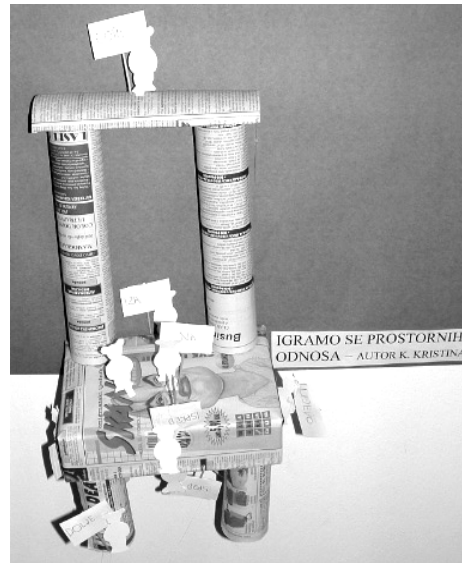
*Žuta široka drvena velika stolica*

*Udobna žuta široka drvena velika stolica*

*I ja u njoj sjedim i gledam televiziju.*

Kristina K.





Negativan utjecaj BBSHOW-a na djecu može se ispraviti kvalitetnim radom odgajatelja s djecom predškolskog uzrasta te uvođenjem većeg broja kreativnih radionica u osnovne škole, gdje će dječja osobnost doći do izražaja i biti dalje poticana i razvijana.

SUBOTA, 27. RUJNA 2008. NEWS > 24SATA > 13



**Puni se dok okrećete pedale**

**Solarni bicikl** "Cycle Sol" upravlja se slično kao biciklom, samo što vozač, nad glavom ima "krov" na kojem se nalaze solarne ćelije. Dok se okreću pedale, sunce puni baterije, koje pokreću mali električni motor u zadnjem kotaču. Ubrzava do 24 km/h, a lako svladava uzbrdice.

## Hrvat napravio bicikl koji ide na solarni pogon

**Miroslav Miljević (40)** je kao izbjeglica radio u Londonu i školovao se. Izumio je bicikl koji će raditi japanski Sanyo

Ljudi su sve više ekološki osviješteni te izbjegavaju automobile kao prijevozno sredstvo. Budući da se na već postojećim električnim biciklima baterija mora često puniti, dobio sam ideju da napravim bicikl koji pokreće sunčeva energija, rekao je Miroslav Miljević, koji radi u studiju Z & Co Design u Londonu. Dodaje kako će bicikl imati nove ćelije koje privlače solarnu energiju i kada je oblačno i tmurno. Ako ipak ostane bez energije, bicikl se može puniti na struju. Inovativnim biciklom upravlja se pomoću ručki sa strane, ima "stop svjetla", pokazivače smjera, kao i udoban naslon za leđa. Projekt, koji je još u početnoj fazi, izradit će japanska tvrtka Sanyo, a Miljević se nada kako će biti popularan među starijima većih europskih i svjetskih gradova.

"Cycle Sol" mogao bi se pojaviti i na hrvatskom tržištu ako se pokaže interes građana. No ipak mislim da su Hrvati još previše vezani za automobile - rekao je Miljević i dodaje



kako će solarni bicikl biti pristupačan svima te da će stajati manje od mopeda.

**Miljević se** rodio u Banjoj Luci, a prije 15 godina izbjegao je zbog rata u London. Radio je kao konobar u londonskim restoranima, a ujedno se školovao na jednom od najboljih umjetničkih fakulteta u Europi - Central Saint Martin's College of Art and Design. Nedavno je bio u timu koji je osmislio novu bocu pica Fanta. (pm)

VOLAN SA STRANE  
Biciklom se upravlja pomoću ručki sa strane, ima "stop svjetla", pokazivače smjera i udoban naslon za leđa

Dobar industrijski dizajn

## Literatura

1. Anić, Vladimir – Goldstein, Ivo: Rječnik stranih riječi, 2. izdanje, Novi liber, Zagreb, 2000.
2. An encyclopedia of tables, Simon Yates, Quintet Limited, 1989.
3. «Der Spiegel», tjedni časopis od 15.05.2008., Wiesner, Jens: «Valerie wohnt jetzt im philippinischen TV-Container»,
4. Kos - Paliska, Vera: «Stotinu izričaja i više», predgovor u katalogu izložbe likovnih radova djece «Izložba - Lilia i djeca», Galerija Vincent iz Kastva, Pula, 28. 05. 2008.
5. Kos – Paliska, Vera: Stolica», predgovor na CD romu, izložba radova djece dječjeg vrtića «Tratinčica» iz Pule odgajateljice Mirjane Kalčić, Visoka učiteljska škola u Puli, 2004.
6. Orwell, George: «1984», Ullstein, Frankfurt / Main – Berlin – Wien, 1976.
7. [http://www.jutarnji.hr/kultura\\_i\\_zivot/showbiz/clanak/art-2008,3,15,,112498.jl](http://www.jutarnji.hr/kultura_i_zivot/showbiz/clanak/art-2008,3,15,,112498.jl)
8. Kiberprostor, kibertijela, cyberpunk, Kulture tehnološke tjelesnosti, uredili: Mike Featherstone i Roger Burrows, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2001.

9. Muybridge's Complete human and animal locomotion. All 781 Plates from the 1887. Animal locomotion by Eadweard Muybridge, volume III, Dover publications, inc. New York, 1979.
10. Mythos Information, Welcome to the Wired World, Prix ars electronica 95, Springer-Verlag Wien New York, 1995.
11. Bertrand Russell: «U slavu dokolice» (Naslov originala: «In Praise of Idleness»), izdavač «SITA» Tuzla, 1999.
12. Weibel, Peter: Die Beschleunigung der Bilder, In der Chronokratie; Autor und Benteli Verlag Bern, 1987.
13. [www.harni-takahashi.com](http://www.harni-takahashi.com)
14. [www.jutarnji.hr/nekretnine/arhitektura/clanak/art-2008,11,22,,142120.jl](http://www.jutarnji.hr/nekretnine/arhitektura/clanak/art-2008,11,22,,142120.jl)
15. „24 sata“, News, 27. 09. 2008.

### RESEARCH INTO UNIQUE FORMS OF INDUSTRIAL DESIGN AND KITSCH FROM BAD TELEVISION PROGRAM

#### *Abstract*

Everything this text researches is related to visual artistic culture and since the basis is the medium of television as a bearer of information and forms of behaviour, or accommodation, living and settlement, especially for the younger generation, it intentionally categorizes the issues dealt with in the field of visual media design.

The paper describes research undertaken amongst pupils at the Fine Art School in Pula and students studying pre-school education at the Juraj Dobrila University in Pula. The research is based on the fact that in the Big Brother Show program items of industrial design are used which, in terms of their design and quality, have no basis either in the Croatian heritage nor any artistic quality in terms of healthy living accommodation. Most frequently these are cheap mass produced products, and they send the wrong message to the young population and consumers – the concept of universal, badly designed and soulless furniture, fittings, pots and pans and their combination with each other, which can only be described as kitsch, with the exception of some individually well designed parts of the interior, where it is however impossible to recognize the work of any Croatian designer or architect. The need is pointed out to use uniquely designed interiors and artistic products.

**Key words:** *industrial design, art, heritage, pupils, students, children, quality of space, critical thinking, knowledge.*

### RICERCA SULLA FORMA ORIGINALE DEL DESIGN INDUSTRIALE E SUL KITSCH DI PESSIME TRASMISSIONI TELEVISIVE

#### *Riassunto*

Il contenuto del presente saggio è incluso negli aspetti visivi della cultura artistica e, dato che il punto di partenza è la TV come medium di trasmissione delle informazioni, delle modalità di comportamento, nonché delle forme di arredo, del vivere e dell'essere, soprattutto per le giovani generazioni, la problematica trattata può essere inserita nel campo della comunicazione visiva plastica.

Nel saggio è descritta la ricerca realizzata con gli alunni della Scuola di arti applicate e con gli studenti del corso di Educazione Prescolare dell'Università Juraj Dobrila di Pola. La ricerca si basa sulla fruizione, nel reality show Big Brother, di oggetti dal design estetico-formale scadente, che non tiene conto della tradizione croata, nè delle regole dell'abitare sano. Nella maggior parte dei casi si tratta di prodotti industriali di serie, di pessima qualità, che offrono ai giovani e a tutto il pubblico che segue la trasmissione, un messaggio di cattivo gusto, facendo pubblicità all'arredo, alle stoviglie e agli altri oggetti progettati e costruiti sulla base di un design che sfocia nel kitsch, ad eccezione di singole parti degli ambienti interni in cui però, non si riesce a notare l'opera di alcun architetto nè esperto di design, croato. Si suggerisce l'uso di prodotti con valenze comunicative originali e pezzi unici di arredo costruiti appositamente.

**Parole chiave:** *design industriale, arte, tradizione, alunni, studenti, bambini, qualità dello spazio, pensiero critico, sapere*