

INDUSTRIJSKO OBLIKOVANJE

ČASOPIS ZA UNAPREĐENJE DIZAJNA
BR. 1, 2/1970.

Usko vezan za napredak industrije i tehnologije, dizajn, kao posebna kreativna disciplina, doživljava punu afirmaciju tek u toku poslednjih nekoliko godina, iako začetke treba tražiti čitavih pedeset godina unazad.

Dvadesetih godina ovog veka nagli porast industrije u Evropi prouzrokuje pravu poplavu tržišta proizvodima, koji izmiču svakoj estetskoj kontroli. Iz potrebe za suprotstavljanjem toj anarhičnoj vulgarnosti rađa se škola, više od toga, čitav duhovni pokret, poznat pod imenom bauhaus, čiji je cilj da integriše individualnu kreaciju u tehnologiju i produkciju masa.

Danas, kada nas pola veka deli od tih pionirskih dana, uočavamo tri faze u evoluciji dizajna. Prva, idealistička faza, vezana uglavnom za bauhaus, predstavlja pokušaj da se, u ime umetnosti, čovek zaštiti od mašine.

U drugoj fazi dizajn zastupa isključivo interese proizvođača, pokušavajući da šokira raznim napadnim dekorativnim detaljima, ne upuštajući se u analizu stvarnih potreba potrošača.

Zloupotreba estetizma prvih američkih dizajnera neminovno je morala da izazove reakciju, koja se manifestuje u pojednostavljenju formi, kao i u svestranoj analizi tržišta, uz dužno poštovanje psihologije potrošača, kao i raznih socioloških faktora. To bi se moglo nazvati trećom, sadašnjom, fazom evolucije dizajna.

Uprkos mnogobrojnim i raznovrsnim manifestacijama industrijskog oblikovanja širom sveta, započinje se da ni do danas nije potpuno potisnut sistem primitivnog dizajna, dekorativnih tendencija, niti potpuno sprečen razvitak »stilinga«. Za to postoje uglavnom dva razloga. S jedne strane, stepen industrijskog razvitka u raznim zemljama i sektorima proizvodnje nije isti. S druge strane, zanatstvo još uspeva da egzistira na tržištu, pa-

ralelno sa industrijom, primenjujući primitivni sistem oblikovanja, neku vrstu estetske korekcije, primenjene na produkte u jednom vrlo osrednjem industrijskom kontekstu. Industrijsko oblikovanje, u pravom smislu te reči, ne može biti predviđeno, ni sistematski primenjivano, ukoliko produkcija nije planirana, što zahteva visok industrijski nivo zemlje (zbog rokova isporuke i organizacije finansiranja, što je predmet posebnih i veoma opsežnih istraživanja).

Ipak se može reći da u ovom trenutku zanatstvo preživljava period krize. Ono ne može više da zadovolji potrebe široke publike, sve više orijentisane prema intelektualnim i estetskim preokupacijama. Zanatstvo je prinuđeno da nalazi povoljna rešenja, kao što je mehanička reprodukcija predmeta oblikovanih rukom.

Smisao postojanja dizajna je, naprotiv, u tome što, suočeri sa masovnom produkcijom predmeta široke potrošnje, uspeva da ih kanališe u pravcu određenih estetskih i funkcionalnih vrednosti i na taj način brani tržište od vulgarnosti i utiče na formiranje ukusa potrošača.

Samo za deset poslednjih godina naša zemlja je učinila vidan napredak u domenu industrije i tehnologije. Domaće tržište, koje je još do pre nekoliko godina bilo gladno industrijskih proizvoda, kao i proizvoda široke potrošnje, počinje polako da se zasićuje. Mnoštvo proizvoda, analognog kvaliteta i funkcije, čini da i sporedni detalji, kao što su ambalaža i prezentacija, mogu da utiču na konačan izbor kupca. S druge strane, sistem samousluge u velikim prodavnicama potpuno potiskuje uticaj prodavca kao eventualnog savetodavca. Znači potrebno je privući i trajno zadržati pažnju potrošača, uliti mu poverenje već samim spoljnim izgledom proizvoda.

Stanje na tržištu utiče na produkciju, a potrošač utiče na stanje na tržištu. Iz toga se nameće zaključak da dizajn nije luksuz, koji se svodi na ugađanje malobrojnoj razmaženoj publici, već neophodna potreba, jedna od važnih komponenta u razvoju industrije. Tim je čudnije što je Jugoslavija, koja je već počela da se uklapa u evropske standarde, morala da sačeka maj 1970-e godine da bi dobila svoj prvi časopis iz oblasti industrijskog oblikovanja.

Glavni urednik časopisa, naš poznati stručnjak i publicista dizajna, prof. Miroslav Fruht, u svom uvodniku prvom broju časopisa objašnjava na kakve sve prepreke u našoj sredini nailazi uvođenje metoda i prakse industrijskog oblikovanja. Izuzimajući republičke privredne komore Slovenije i Srbije i komoru grada Beograda, prof.

Fruht navodi da ostala društvena tela i organi privrednih komora, odbori i komisije na raznim nivoima ne pokazuju potrebno interesovanje za pitanja dizajna. Veće interesovanje pokazuju neposredni proizvođači, oni koji očekuju da dizajn doprinese rešavanju kompleksnih problema proizvodnje, iako su i to pre obazrivi nagoveštaji nego masovna pojava.

Tim je veći značaj i odgovornost ovoga časopisa, jer tretiranjem problema industrijskog oblikovanja i prenošenjem domaćih i stranih iskustava iz oblasti uvođenja dizajna u proizvodnju neće samo obogaćivati stručno iskustvo i znanje dizajnera i ostalih profesija, usko vezanih za razvitak dizajna (arhitekta, tehničari, komercijalisti, ekonomisti itd.), već će direktno uticati i na one koji bi za razvoj dizajna kod nas trebalo da budu najviše zainteresovani da, poučeni tuđim iskustvom, prihvate dizajn i pomognu da se infiltrira u sve grane proizvodnje.

Časopis je oko sebe okupio široki krug uglednih dizajnera, kao i poznate društvene i privredne radnike. Iako je još rano donositi ocene i prognoze o uticaju koji će časopis izvršiti na proizvodnju, čini nam se da možemo reći, sudeći po prvim brojevima, da je izabrao srećan prilaz raznorodnim, veoma kompleksnim problemima, vezanim za dizajn. Prikazi iz oblasti ekonomije, sociologije, školske prakse, smenjuju se sa čisto stručnim prikazima i upoznavanjem čitalaca sa pojedinim rezultatima prakse dizajna, kroz proizvode različitih fabrika. Časopis nas tu i tamo obaveštava i o novostima iz ove oblasti širom sveta. Zastupljeni su, znači, svi elementi koji jedan časopis ove vrste čine kompletnim. Možda je za diskusiju pitanje samo tehničke opreme časopisa, odnosno prostora koji se pojedinim problemima poklanja. Još je rano davati sudove, s obzirom na to da je časopis, u fazi formiranja svog definitivnog profila, još u dilemi kakvu, zapravo, ulogu treba da odigra u budućnosti, ali se ipak čini da je znatno veća pažnja posvećena komercijalnim i raznim drugim stručnim tekstovima, koji obrađuju probleme unapređenja proizvodnje i prometa robe ili se bave analizom razvojnih i komercijalnih službi i marketinga, nego samom dizajnu i rezultatima koji su, u vezi sa tim, postignuti u svetu i kod nas. U odnosu na jedan analogni strani časopis, s dužim stažom i većim stručnim iskustvom (DOMUS, CREE, MOBILIA, ARCHITECTURAL DESIGN), naš časopis INDUSTRIJSKO OBLIKOVANJE ima mali broj fotografija, ne najboljeg kvaliteta i ponekad dosta nesrećno organizovane stranice. Iz iskustva ostalih srodnih časopisa znamo da puno dobrih fotografija, sa malo smišljenog, prpratnog teksta, često mogu

mного više da popularišu određenom disciplinu nego brojne strane izvanredno umnog, stručnog teksta, koji često ostaje nepročitan. A cilj časopisa i jeste da na najefikasniji mogući način populariše dizajn i obezbedi njegovo prodiranje u sve grane proizvodnje.

Uz prikaz izložbe EURODOMUS 3, npr., nije data ni jedna fotografija, iako bi one, daleko najbolje, obavestile čitaoce o kretanjima savremenog dizajna u svetu. Svi ostali srodni časopisi, koji su doneli prikaz „Eurodomusa“, prpratili su ga brojnim, znalački odabranim ilustracijama.

Već duže vremena oseća se sve snažniji uticaj dizajna na arhitekturu; dizajn se sasvim prirodno protegao čak i do novijih preokupacija organizovanja prostora i unutarnje arhitekture. Zadatak koji se postavlja pred dizajnera kompletniji je od onog koji je ranije dekorater imao da obavi. Mnogobrojni prefabrikovani elementi sve više potiskuju tradicionalni način građenja. Arhitekta (ali ovde je arhitektura samo jedan od mnogobrojnih aspekata dizajna) uzima u svoje ruke kontrolu proizvodnje standardizovanih elemenata, koje će docnije upotrebljavati u svojim projektima. U našoj zemlji ta je praksa već uveliko uvedena. Uzmimo primer zgrade „Politike“ (arh. Bogunović i Janjić), čiji su fasadni elementi od aluminijumskog lima proizvedeni u fabrici „Impol“ iz Slovenske Bistrice, po projektu arh. Branka Kraševca. Međutim, za arhitekturu-dizajn u časopisu nije rezervisan ni najmanji prostor. Ostalo nam je da se nadamo da će sledeći brojevi proširiti svoje interesovanje i na tu granu dizajna, što će svakako učiniti časopis još potpunijim.

Uvođenje stalne rubrike o ergonomiji i njenoj najužoj povezanosti sa dizajnom, veoma je srećna inicijativa časopisa s obzirom na to da je to oblast o kojoj naša publika dosad nije imala prilike gotovo ništa da sazna sa stranica naših stručnih knjiga i časopisa.

Isto je tako za svaku pohvalu odluka časopisa da iz broja u broj upoznaje čitaoca sa uglednim predstavnicima dizajna kod nas i njihovim delom, praksa koja će se možda docnije proširiti i na odabrane predstavnike iz celog sveta s obzirom na to da savremeni dizajn nije stvar jednog naroda, pa mu samim tim ni granice nisu strogo determinisane.