Dizajn kataloga i produkcija videa-"Umjetnost kao potreba"

Kolar, Dora

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:242943

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository





Sveučilište Sjever

42/MEDD/2022

Dizajn kataloga i produkcija videa - Umjetnost kao potreba

Dora Kolar, 2672/366

Koprivnica, rujan 2022. godine

Sveučilište Sjever

Medijski dizajn

42/MEDD/2022

Dizajn kataloga i produkcija videa - Umjetnost kao potreba

Student

Dora Kolar, 2672/336

Mentor

Igor Kuduz, doc. art.

Koprivnica, rujan 2022. godine

Sveučilište Sjever
Sveučilišni centar Varaždin
104. brigade 3, HR–42000 Varaždin

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za umjetničke studije

STUDIJ diplomski sveučilišni studij Medijski dizajn

PRISTUPNIK Dora Kolar | MATIČNI BROJ 2672/336

DATUM 15.09.2022. | KOLEGIJ Postdigitalno izdavaštvo

NASLOV RADA Dizajn kataloga i produkcija videa - "Umjetnost kao potreba"

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Catalog design and video production - "Need for art"

MENTOR doc. art. Igor Kuduz | ZVANJE doc.art.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc.art. Andro Giunio, predsjednik
2. doc.art. Niko Mihaljević, član
3. doc.art. Igor Kuduz, mentor
4. doc.art. Luka Borčić, zamjenski član
5.

Zadatak diplomskog rada

BROJ 42/MEDD/2022

OPIS

U ovom radu istražuje se tema potrebe za umjetnošću u ruralnim sredinama. U Hrvatskom zagorju, koje je još uvijek pretežno ruralna sredina, razvijena je industrija i malo poduzetništvo. Kultura i umjetnost na posljednjem su mjestu, u percepciji prosječnog promatrača, kao sadržaji koje će tražiti na tom području. Kroz ovaj rad istražuje se kako je došlo do preokreta u društvu, kako je sve veća količina slobodnog vremena utjecala na umjetnike i kakav odnos prema njima ima suvremeno potrošačko društvo. Spominje se motivacija kao važan čimbenik u stvaranju umjetnosti. U praktičnom djelu rada, u formi intervjua, prikazani su ljudi koji se bave različitim granama umjetnosti, njihovi radovi i misli. Snimljena je video epizoda o svakome od njih, a u dodatku se nalaze i tiskani prilozi, koji u skraćenom obliku predstavljaju sekundarne nosače obrađene tematike.

U radu je potrebno:
- istražiti pojmove umjetnosti, motivacije i kreativnosti
- definirati i odrediti koncept intervjua
- realizirati montažu video sadržaja
- osmisliti i oblikovati vizualni koncept tiskanih priloga

ZADATAK URUČEN 15.9.2022 | POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE SJEVER

Predgovor

Razmišljala sam na koji način bih se mogla odužiti, ili bolje reći, zahvaliti kraju koji mi *tak* puno znači. U razmišljanju o tim blagim zelenim *bregima,* sjetila sam se da sam okružena zanimljivim ljudima, koji tu žive i koji se bave nečim što je meni veoma blisko, a to je umjetnost. U ovom radu odlučila sam ih približiti svima, ispričati njihovu priču.

Htjela bih se zahvaliti svima koji su svojim velikim i malim doprinosima, podrškom i dobrom voljom pomogli pri ostvarenju ovog rada.

Sažetak

U ovom radu istražuje se tema potrebe za umjetnošću u ruralnim sredinama. U Hrvatskom zagorju, koje je još uvijek pretežno ruralna sredina, razvijena je industrija i malo poduzetništvo. Kultura i umjetnost na posljednjem su mjestu, u percepciji prosječnog promatrača, kao sadržaji koje će tražiti na tom području. Kroz ovaj rad istražuje se kako je došlo do preokreta u društvu, kako je sve veća količina slobodnog vremena utjecala na umjetnike i kakav odnos prema njima ima suvremeno potrošačko društvo. Spominje se motivacija kao važan čimbenik u stvaranju umjetnosti. U praktičnom djelu rada, u formi intervjua, prikazani su ljudi koji se bave različitim granama umjetnosti, njihovi radovi i misli. Snimljena je video epizoda o svakome od njih, a u dodatku se nalaze i tiskani prilozi, koji u skraćenom obliku predstavljaju sekundarne nosače obrađene tematike.

Ključne riječi:

Umjetnost, umjetnici, kreativnost, stvaranje, ruralno, katalog, videozapis

Abstract

This paper explores the topic of the need for art in rural areas. Hrvatsko Zagorje, which is still predominantly a rural area, where industry and small entrepreneurship have developed. In the perception of the average observer culture and art are in the last place as contents they will look for in that area. Through this work, it is investigated how there was a change in society, how the increasing amount of free time affected artists and what kind of attitude the modern consumer society has towards them. Motivation is mentioned as an important factor in creating art. In the practical part of the work, in the form of interviews, people who deal with different branches of art, their works and thoughts are shown. A video episode was recorded about each of them, and it also contains printed catalog, which in an abbreviated form represent the secondary supports of the discussed topic.

Keywords:

Art, artists, creativity, creation, rural, catalog, video

Popis korištenih kratica

HGF – Hrvatski glazbeni festival

DM – eng. *direct message,* direktna poruka, privatna poruka na društvenim mrežama

DIY – eng. *Do it yourself,* uradi sam projekti za kućnu radinost

Npr. – naprimjer

Sl. – slično

1. Sadržaj

2. Uvod 1

3. Umjetnost 3

3.1. Utjecaj slobodnog vremena i potrošačkog društva na umjetnost 7
3.2. Digitalno doba i umjetnost 12
3.3. Anketni upitnik o umjetnosti 15

4. Kreativnost 20

4.1. Kreativni proces 21
4.2. Društveni status kreativnih osoba u umjetnosti 22
4.2.1. Primjer utjecaja skupine lokalnih kreativaca 24

5. Motivacija 26

5.1. Intrinzična i ekstrinzična motivacija. 28

6. Praktični dio 30

6.1. Proces stvaranja intervjua i videa 32
6.1.1. Oprema za snimanje 34
6.1.2. Ispitanici 35
6.1.3. Montaža videa 36
6.2. Proces izrade kataloga 37
6.2.1. Dizajn 39

7. Zaključak 44

8. Literatura 46

9. Popis slika 48

2. Uvod

Pitanje umjetnosti i što je umjetnost je pitanje koje se proteže od pamtivijeka. Tragove umjetnosti pronalazimo u najranijim dokazima ljudskog postojanja-paleolitik. Svima poznati špiljski crteži, iz Altamire u Španjolskoj, s današnjeg stajališta nisu ništa drugo no umjetničko djelo.[1] Tadašnji čovjek živi u prirodi i njegova primarna misija je preživljavanje. Zanimljivo je to što iako se nalazi u takvoj situaciji ima potrebu prikazati ono što ga okružuje, svoju impresiju svijeta. Pronalazi vremena i stvara ono što danas zovemo umjetnost.



Slika 1 Špiljski crteži iz Altamire

Još od vremena pračovjeka postoji potreba za umjetničkim izražavanjem i to ne samo vizualno, već i kroz glazbu, pokret… No, zašto? Svaka osoba koja se bavi umjetnošću ima svoje objašnjenje zašto se time bavi. Većina koja smatra da se time iskreno bavi reći će da je to nekakav unutarnji poriv, vrsta potrebe koja ih na samo njima svojstven način ispunjava.

Ovo su samo neke od misli koje su potaknule razmišljanje i potrebu za stvaranjem ovog rada. Umjetnost koja je sveprisutna često se stavlja u poseban koš, ne smatra se radom, odnosno,

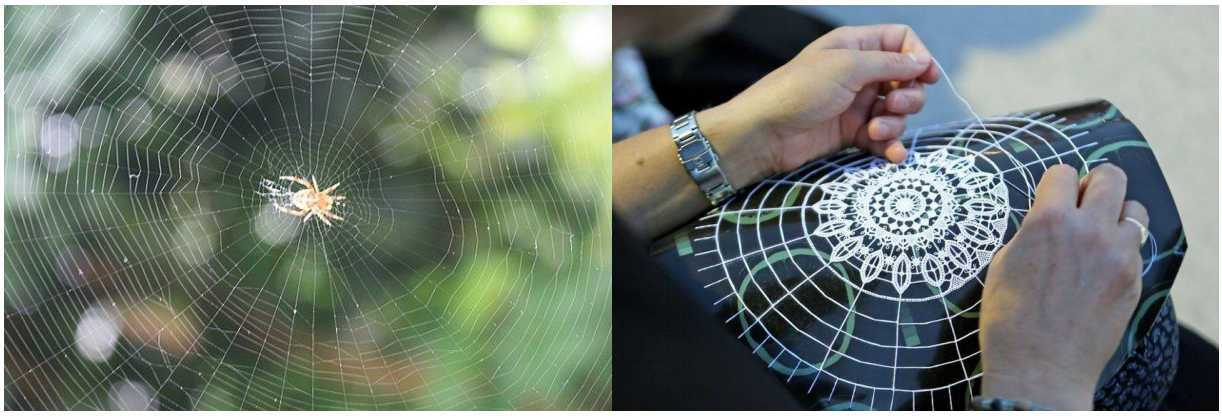
poslom, baš zbog prethodnih navoda, to jest, da je umjetnost i potreba za stvaranjem umjetnosti urođena. Urođeno nije isto kao i naučeno. Nešto što je urođeno, nešto što se izvodi s takvom lakoćom opisano je kao neprocjenjivo, a to neprocjenjivo često zaista i nema cijenu. [2] Nažalost, neimanje cijene u ovom kontekstu tema je koja bi se mogla granati u raznim smjerovima. Ono što će se kroz ovaj rad ispitati je zašto umjetnici stvaraju, iako za to ne dobivaju naknadu. Bi li naknada za rad promijenila ili uništila želju za stvaranjem i u kojem smjeru bi krenuli kada bi znali da od svojeg umjetničkog rada mogu živjeti. Ispitivanje će se provesti na području Hrvatskog Zagorja gdje će nekoliko umjetnika opisati svoj rad i sebe kroz taj rad te će tako pokušati odgovoriti na neka od pitanja o kojima ćemo govoriti kasnije. Činjenica je da se u Hrvatskom zagorju ljudi uglavnom bave obrtničkim zanimanjima, te bavljenje umjetnošću često bude tek hobi, a to je nešto što se smatra ne toliko važnim, odnosno, razbibrigom. Umjetnici ipak u takvom okruženju opstaju i nastavljaju sa svojim radom uljepšavati svoj svijet, ali i svijet mnogih oko sebe.

3. Umjetnost

Ovaj rad tematizira umjetnost kao potrebu. Za početak mogli bismo se pokušati približiti definiciji umjetnosti. U hrvatskoj enciklopediji stoji da je umjetnost:

- *...ukupnost ljudske duhovne djelatnosti s pomoću sredstava kojima se izražava estetsko iskustvo, uključujući stvaranje, stvoreno djelo i doživljaj djela.* [2]

Umjetnost je svoje značenje pronašla u gotovo svakoj niši ljudskog postojanja. Ne poznaje geografske, vremenske, ljudske granice. Sveprisutna i sveobuhvatna je. Simboli i znakovi koji su se prenašali generacijama, koji su ostajali uklesani u kamen, pjesme koje su pjevane, plesovi, razni običaji… Sve je to dio umjetnosti koja je poveznica daleke prošlosti s današnjicom. [3] Umjetnost, iako je možda iz naše perspektive svojstvena čovjeku, nalazi se svuda oko nas. To je zapravo i logično, jer mnogi umjetnici spominju prirodu i pojave u njoj kao inspiraciju za svoja djela. Paukova mreža jednako je remekdjelo kao i rad vještih ruku u obliku čipke.



Slika 2 Paukova mreža i Paška čipka

U uvodu su spomenuti špiljski crteži koji su primitivni oblik onoga što smatramo vizualnom umjetnošću, ali valja spomenuti da su iz tog doba i ples i glazba i razni drugi oblici umjetnosti koji su danas dio naše svakodnevice.

Iako bismo se danas više no ikada mogli složiti da umjetnost nema granice, nije oduvijek bilo tako. Umjetnost je rasla s ljudskim društvom. Svako grananje stvorilo je nešto novo. Kroz povijest se većinom pamte oni koji su u izvođenju umjetnosti bili najbolji. Tako će vjerojatno biti i u budućnosti, pamtit će se probrano. No, da ne zalazimo u futurologiju, zadržat ćemo se na onome što jest danas. *Danas* je produkt raznih događanja kroz povijest. Ono što je za razvitak

umjetnosti danas bitno nastalo je zbog raznih grananja i radikalnih promjena tijekom 20. stoljeća. Umjetnici o čijim se radovima govorilo kao o nečemu što ne pripada umjetnosti napokon su bili u mogućnosti to promijeniti.[4] Svako prijelazno razdoblje bilo je drastično, možda je najbolji primjer prijelaz iz renesanse u barok. Veliku razliku po pitanju prijelaza u 20. stoljeću čine sami umjetnici. Naručitelj više nije bio glavna karika koja je odlučivala o tome kako će nešto izgledati i hoće li uopće ugledati svjetlo dana. Odnosno, naručitelji i sponzori bili su samo djelić, jer su umjetnici i umjetnost poprimili novo značenje slobode. Umjetnost kao pojam ima mnoge definicije koje pokušavaju uokviriti nešto što je veoma kompleksno. Aristotel je opisivao umjetnost kao oponašanje, Friedrich Schiller kao ljepotu slobode u pojavi, Nietzsche pak kaže da čovjek kroz umjetnosti afirmira svoju moć.[2] Ove definicije ovako na okupu izgledaju kao da se radi o tri potpuno različite stvari. No, govori se o istome, samo što jedna definicija pojedincu može odgovarati više od druge. Ako je stvaranje umjetnosti ipak nešto što je svojstveno čovjeku onda ni ne može postojati točna definicija, jer svaka osoba je drugačija, stoga je i značenje i sam pojam u svake osobe drugačiji. Umjetnost ne bi trebala biti niti dobra niti loša, ni lijepa ni ružna. Modernizam i postmodernizam dovode u pitanje definicije umjetnosti. Jedan primjer, koji malo kome nije poznat, djelo je francuskom umjetnika Marcela Duchampa – *Fontana, 1917.godina*. Radi se o običnom pisoaru koji je potpisan, izložen i predstavljen kao umjetničko djelo. Ta djela bila su znak ponude koja su proširivala područje djelovanja i izražavanja u umjetnosti. [1], [4]



Slika 3 Fontana, iz časopisa The Blindman

Moglo bi se reći da današnju slobodu izražavanja u području umjetnosti, ali i raznim drugim područjima, dugujemo tim ljudima koji su odlučili krenuti svojim putem. Odlučili su staviti svoju životnu misiju, svoje ideale na pijedestal. Danas u 2022. godini količina supkultura koje nas okružuju ne može se izbrojiti. Količina onih koji stvaraju svoj rad žele ubaciti u nišu umjetnosti velika je. Iako ona, umjetnost, to možda i nije, ne postoji jedna ili druga strana koja će biti sud, ne postoji crno i bijelo. Danas nećete biti zatvoreni ili spaljeni zato što se držite svojih ideala, ako govorimo o umjetnosti općenito. Gotovo pa uvijek će se naći šačica sljedbenika koji će svojim odobravanjem opravdati kakav god bio rad. Danas je lakše nego ikada pokazati svoj rad svijetu. Društvene mreže postale su globalni oglasnik gdje možete ponuditi doslovno bilo što na što možete okačiti cijenu i postoji velika vjerojatnost da će se pojaviti kupac, a ako ne kupac možda ćete privući kojeg sljedbenik koji će širiti vijest o vama i vašem radu, vašem umjetničkom djelu. Umjetnost koja se stvara zato nije zatvorena negdje u privatnoj sobi, daleko od drugih, već je ona dostupna cijelom svijetu. Pitanje koje se često postavlja je *„Hoćeš li se uspjeti prodati?“*. Je li umjetnost izgubila smisao? Čeka li se samo da umjetnika otkrije algoritam koji će predstaviti njega i njegov rad na njegovoj izložbenoj stranici. [5][6] Bave li se danas umjetnici umjetnošću samo da bi bili nazvani *umjetnicima,* iako oni možda to i nisu. Potreba da pripadaju, da postanu dio neke supkulture jer to zvuči dobro, želja da budu dio popularnog mnoštva. Ovaj rad djelomično je bio potaknut propitkivanjem takve, današnje, umjetnosti. Kako bismo došli do boljih rezultata za potrebe ovog rada ispitni su ljudi koji se bave umjetnošću, ali ne kao svojim primarnim zanimanjem. U razgovoru jedan od ispitanika doveo je u pitanje kvalitetu današnje umjetnosti. Spomenuo je kako se divi umjetnicima koji izliju cijelu svoju dušu u rad tako da proces stvaranja traje mjesecima, ponekad i godinama. Dugotrajnost tog procesa nije u tome što sam fizički proces toliko traje, jer realno, slika se može napraviti u nekoliko sati ili dana. Pitanje leži u posvećenosti s kojom je rad napravljen, promišljanje nad radom, dublje značenje. Tko može biti procjenitelj toga i je li uopće bitno, kada jedino umjetnik zna koliko rada, truda, promišljanja i vremena stoji iza djela. Je li možda to sve što zapravo umjetniku treba, jer na kraju zašto bi se sve provlačilo kroz prizmu proizvoda i prodaje. Ipak, onaj koji promatra čini sliku slikom ili bilo koje djelo, u ovom kontekstu, umjetničkim djelom. Na promatraču je da daje zaključke. Umjetničko djelo namijenjeno je svakome, a na onima koji gledaju je da ga prihvate ili nastave tražiti dalje. Vasilij Kandinski rekao je:

> *- Sve nije vidljivo i razumljivo, ili – drugim riječima – ispod vidljivoga i razumljivoga krije se nevidljivo i nerazumljivo. Mi se nalazimo na pragu jednog doba, a stuba – jedna jedina – koja će nas odvesti prema dubinama, malo pomalo postaje vidljivom.* [3]

Uloga umjetnika u današnje vrijeme, osim stvaranja, je i da izabire što će raditi, što će ponuditi. Poput Duchampa koji je izlagao kojekakve predmete i uspio kao umjetnik kojeg pamtimo i danas. Radovi današnjih umjetnika nerijetko su djelići iz svakodnevnog života. [3] Postavljeni su kao motivi i inspiriraju ne samo umjetnika, već i promatrača koji zbog toga osjeća kao da se može poistovjetiti s radom, ali i samim umjetnikom.

3.1. Utjecaj slobodnog vremena i potrošačkog društva na umjetnost

Potrošačko društvo u zapadnoj Europi razvilo se pedesetih godina prošlog stoljeća. Otkrivaju se prednosti lagodnijeg života. Veći broj studenata, razvoj marketinga, masovna proizvodnja, turizam, pristup prijevoznim sredstvima stvaraju rupe u vremenu, odnosno, stvaraju više slobodnog vremena. Nove generacije razvijaju se brže, idu u korak s tehnologijom, željni slobode. Raste zainteresiranost za korištenje novih medija: radio, televizija, film… Umjetnici se suprotstavljaju dotadašnjim režimima i traže način kako da izraze svoju slobodu. Od promatrača se očekuje da je ima osoban pogled na djelo i da sudjeluje u procesu stvaranja. Zahvaljujući galerijama i bijenalima umjetnici imaju mogućnost izlagati diljem svijeta. Traže se umjetnici koji su spremni predstaviti nešto novo, eksperimentalno, provokativno. [3] Jedan od svjetskih primjera je skupina Fluxus koja je djelovala i skupljala umjetnike na području cijelog svijeta, a sjedište je bilo u New Yorku uz Njemačku i Japan. Neki od poznatijih umjetnika koji su se priključili tom pokretu su Yoko Ono, Joseph Beuys, Dick Higgins i mnogi drugi. Fluxus dolazi od latinske riječi koja znači *teći.* Pokušali su stvoriti novu struju svijesti o razmišljanju što umjetnost može i ne mora biti. Htjeli su ukazati na problem elitističkog društva koji se u sve miješa kako ih volja pa tako i u umjetnost. Izvodeći razne performanse, glazbu koju neki ni danas tako ne bi nazvali… Ono što su htjeli postići jest da se na umjetnost počne gledati slobodnije te da je umjetnost doista dostupna svima. Poticali su suradnje među umjetnicima, ohrabrivali publiku da se uključi u sudjelovanje. Pokušali su demistificirati umjetnost kao nešto čime se bave samo oni uzvišeni i da je ta ista umjetnost dostupna samo povlaštenima. [7]

U našim krajevima *Grupa šestorice autora djelovala* je na području grada Zagreba sedamdesetih godina prošlog stoljeća. Jedna od skupina umjetnika koja je kroz konceptualnu umjetnost pokušala doprijeti do svijesti promatrača. Grupa se sastojala od šest autora Mladena Stilinovića, Svena Stilinovića, Vlade Marteka, Željka Jermana, Borisa Demura i Fedora Vučemilovića. Svojim radom prikazivali su neslaganje s tadašnjim režimom, općenito otpor. Svoje radove, takozvane izložbe-akcije, stvarali su i izlagali na ulicama, na mjestima za koje bismo mogli reći da im nije tamo mjesto. No, pošto su tamo postavljeni to je bilo najbolje moguće mjesto. Ideje su iz dana u dan postajale sve neobičnije, kreativnost kojom su baratali nije imala granica. Cilj je bio prekinuti veze koje sputavaju slobodan umjetnički rad. Želja za stvaranjem, pobunom i traženjem mjesta propitivalo je tadašnje stanje umjetnosti. Zbog toga što su svoje radove izlagali na ulici, kupalištima, trgovima promatrači i prolaznici bili su dovedeni pred gotov čin. Prolaznici su često zastajali i promatrali, neki od njih i sudjelovali, neki se bunili. Bili su dosljedni sebi i

svojim idealima. Stvarali su umjetnosti kojom su prikazivali svoj bunt. To je bila potreba. Potreba da se njihov rad utisne u društvo koje pomalo gubi veze s ljudskošću. Ta skupina imala je velik utjecaj na formiranje raznih drugih skupina koje su propitivale umjetnosti, jedna od takvih bio je i umjetnički kolektiv *Podroom.* [8], [9]



Slika 4 Ovo nije moj svijet, fotodokumentacija akcije

Početkom osamdesetih pojavio je umjetnički kolektiv *Podroom* kojeg su stvorili Sanja Iveković i Dalibor Martinis. Njihov cilj bio je okupiti umjetnike nove prakse. Osim što je Podroom djelovao kao galerija, to je bilo mjesto gdje su se vodile debate, druženja, rasprave. Pokušali su poboljšati situaciju u kojoj su se tadašnji umjetnici nalazili. Zanimljiva misao koju su htjeli osvijestiti jest da u umjetničko-ekonomskom lancu svi su na dobitku osim samog umjetnika. [10] Kroz Podroom su prolazili razni neovisni umjetnici koji su zajedno stvarali i promicali svoja prava te stvarali mjesto u društvu za sebe i svoj rad. Neki od umjetnika, uz navedenu Sanju Iveković i Dalibora Martinisa, bili su Mladen Stilinović, Sven Stilinović, Goran Trbuljak i mnogi drugi. [11]

Slobodno vrijeme kojeg su ljudi u gradovima počeli imati više nego ikada prije, porast broja studenata koji su u svoje slobodno vrijeme širili svoje vidike… Slobodno vrijeme potaknulo je društvo općenito da krenu preispitivati svoje postojanje i tražiti načine da se vrate sebi. U tom slobodnom vremenu, vremenu kada imaš mogućnost biti sam sa svojim mislima čovjek uviđa da postoji potreba. Postoji unutarnji poriv za izjašnjavanjem, za stvaranjem. Čovjek se okreće otkrivanju sebe.

Danko Grlić u svom kratkom osvrtu na temu *Čemu umjetnost* veoma je pesimističan prema umjetnosti i njenoj sudbini. Govori o ljudima kao o tehničkoj civilizaciji koja gubi doticaj s humanošću, ljudskošću. Rješenje pronalazi u povratku ka umjetnosti. Svijet i ljudi trebaju umjetnike i umjetnost, to je posljednja linija humaniteta. [12] Njegov osvrt pomalo podsjeća na scenu iz filma *Titanik* gdje Gudački kvartet svira posljednji puta svojoj publici pred potonuće broda. Ta scena prikazuje ljudskost jer usred opće panike, kvartet se pomirio sa svojom sudbinom i odlučuje pružiti utjehu, a možda i nadu onima kojima nema spasa. Tako i umjetnost koja u žaru svake panike do sada uspijeva dati nadu. Bitno je nadodati da Grlić govori da umjetnost ne znači ništa onome tko je nije uspio doživjeti. Govori to u kontekstu *primitivnih sredina* u kojima umjetnost ne dolazi toliko do izražaja jer promatrača, publike, niti nema. U jednu ruku ta teza daje odgovor na jedno od pitanja koje se provlači kroz ovaj rad, a to je utječe li ruralna sredina na umjetnikovo stvaranje koji se u toj sredini i nalazi. No, u drugu ruku ta teza ima nedostataka. Ruralna sredina, iako možda na prvu *primitivna,* ne znači da ne umije prepoznati umjetnost. Umjetnost je, kao što smo do sada već nekoliko puta ponovili, i ples i glazba i slika… Ljudi iz ruralnih sredina, ako ništa, poznaju glazbu koja je vjerni pratitelj svakog težačkog posla, ples kao osnovu zabave u slobodno vrijeme, slika i kip kao predmeti spokoja koji osim u sakralnim objektima, pronalaze mjesta i u kućama. Činjenica je da se možda umjetnost ne doživljava u svojoj jakoj cijelosti, ali postoji interes. Potrebno je samo biti dobar interpretator, i biti onaj koji stoji iza svog rada. S vremenom ljudi će to prepoznati. Umjetnost rehabilitira čovjeka, vraća mu osobnost.

Koliko god da potrošačko društvo i teror novca pokušavaju istisnuti neke osnovne ljudske stvarne potrebe, toliko će uvijek postojati oni koji će to uvidjeti i djelovati. [12] Danas ćete lakše no ikada u supermarketu moću pronaći sliku koju za relativno malu cijenu možete kupiti i tako dekorirati svoj dom. No, zbog pandemije koja nas je sve okrenula za puni krug, uviđamo da su se u društvu počele događati neke promjene. Ljudi se kolektivno počinju okretati vrijednostima svojih dubokih, nazovimo to, duhovnih potreba. Količina slobodnog vremena u zatočeništvu, čovjeka preokrene kako nismo ni očekivali. Svijet i njegov učeni tok odjednom je stao. Na početku izgubljeni, s vremenom došavši do prosvjetljenja koliko dobrog iz tako nečega zapravo

može proizaći. Tu, među ostalim, nastupa umjetnost. Mnogi ljudi koji su zanemarili svoje potrebe kroz godine radi posla, vraćaju se svojim potrebama i počinju stvarati.

Svoju strast za stvaranjem, koja je bila veća od svega, opisao je Giorgio Moroder za glazbeni sastav Daft Punk u pjesmi *Giorgio by Moroder*. U monologu opisuje kako je oduvijek htio biti glazbenik, no, zbog okolnosti u kojima je živio mogućnost je bila gotovo nepostojeća. Želja je bila veća te je usprkos uvjetima i situacijama u kojima se nalazio uspio. Bio je vizionar koji je htio stvoriti zvuk budućnosti. Tada nije ni sanjao koliki će utjecaj imati na buduće generacije. [13] Kako bi umjetnik mogao stvoriti nešto novo mora dobro upoznati područje na kojem želi djelovati i tada osloboditi um od pravila koja su postavljena. Problem današnjeg društva je što u obilju slobodnog vremena scena postaje gotovo pa prezasićena. Umjetnika je puno, ali kako se u snaći moru je pravo pitanje. Kao odgovor na to Moroder pronalazi rješenje u većem broju nastupa uživo, gdje publika ima priliku osjetiti i upoznati, u ovom slučaju, glazbenika. [14]

U posljednjih nekoliko godina u svijetu, pa tako i u hrvatskoj, možemo svjedočiti porastu broja festivala i manifestacija. Svaki grad i mjesto imaju se potrebu turistički predstaviti i ponuditi mnoštvu. Ta događanja koja su postala mali i veliki centri zabave i druženja pridonijeli su okupljanju raznih umjetnika od glazbenika, do *kućnih* umjetnika, performera i raznih drugih.



Slika 5 Štandovi raznih umjetnika koji stvaraju u kućnoj radinosti, uz HGF, ReGarden, Zabok

Jedan od takvih lokalnih festivala je ovogodišnji HGF. Taj festival prvobitno promiče novu mladu glazbenu scenu, a uz to su postavljeni štandovi na kojima lokalni umjetnici mogu izložiti

svoj rad. [15] Ima još mnogo festivala na kojima se izlažu razni umjetnici, npr. Kreativnica na Špancirfestu, projekt Ilica: Q'art u Zagrebu… Festival privlači mnogo ljudi velikog generacijskog raspona. Ljudi koji se tamo zateknu zasigurno će vidjeti i upoznati ljude iz okolice na način na koji ih do tada nisu vidjeli. Ovakav pristup predstavljanja lokalnih umjetnika podiže svijest o njihovom postojanju. Samom afirmacijom ljudi koji se tamo nađu podiže se želja i potreba za stvaranjem jer se umjetnikova vrijednost i potencijal prepoznaju. Kada postoji prostor koji je ponuđen umjetnicima da ga ispune znači da je organizacija i društvo svjesno da postoji potreba. Umjetnik tako više nije usamljenik već dio društva koji je ravnopravan naspram drugih zanimanja. Nakon pandemije ljudska želja za događanjima porasla je. Čak i oni koji do tada nisu imali interes za takvim umjetničkim programima, sada ipak imaju potrebu. Takva događanja mjesto su susreta, mjesto na kojemu će susresti nekog poznatog, prokomentirati program i nastaviti dalje. Slobodno vrijeme pa čak i to potrošačko društvo pomogli su da umjetnost evoluira. Ljudi se, dakle, ipak imaju potrebu *humanizirati,* a umjetnost je tako ponovno odigrala svoju bitnu ulogu.

3.2. Digitalno doba i umjetnost

U intervjuu s ispitanicima u ovom radu jedno od pitanja bilo je i kakav je njihov stav prema digitalnom dobu i promoviranju svog rada na društvenim mrežama i internetu općenito. Jedan od odgovora bio je da ta situacija može biti u jednu ruku otegotno, u drugu ruku olakotno. Prednost je što su sadržaji dostupni gotovo svima koji su umreženi. Mogućnost povezivanja na taj način omogućila je bolju komunikaciju i veću informiranost. Kao lošu stranu ističe to što *svi pokušavaju biti sve.* Novinarstvo, medicina, kuharstvo, umjetnost… Odjednom svi smatraju da imaju pravo izražavati se kao ravnopravni sudionici određenog područja. Tako kada svi sve znaju i svakome je dopušteno komentirati svaki segment nečijeg stvaralaštva, često dolazi do omalovažavanja nečijeg rada. Tako se ponovno vraćamo na pitanje što jest ili nije umjetnost, te tko je zapravo osoba koja može odrediti što je ili nije.

Danas je mnogo umjetnika online. Oni koji nisu savjetuje im se da se umreže kako bi lakše doprli do publike. Današnje društvo našlo se na još jednoj velikoj prekretnici. Ono što je nekad bio razgovor jedan na jedan, *u četiri oka,* danas je chat, DM i slično. Svoje radove češće izlažemo na *gridovima* Instagram profila, nego na fizičkim izložbama. Jedan od razloga je definitivno što je to jednostavnije i ne treba vam fizički prostor ili nečije odobrenje. Sami ste stvaraoci svojeg sadržaja i sami određujete što i kada ćete prezentirati svojoj publici. No, nije sve toliko idealno. Danas svi korisnici društvenih mreža poput TikTok-a i Instagrama dobro znaju da njihova sudbina ovisi o algoritmu. Algoritam ima svoja pravila i kreatori sadržaja moraju se prilagoditi tome, ako žele biti viđeni. [16] Društvene mreže potaknule su kolektivnu kreativnost. Još od kratkih videa pod nazivom DIY (Do it yourself-uradi sad) [17] koji su u nekoliko sekundi publici dali primjer kako da stvore sami nešto kod kuće, a upravo takvi video sadržaji su bili okidač za pokretanje malih obrta u kojima su mnogi ljudi počeli izražavati svoju kreativnost i pokazivati umjetničke radove koje stvaraju.

Ovdje ćemo još napomenuti da pojam *umjetnost* i *kreativnost* nisu sinonimi. Produkt kreativnosti može biti umjetnost, ali kreativnost kao prvo nije privilegija pojedinca, to je osobina svakog čovjeka. Čovjek može biti kreativan u bilo kojem području ljudskog stvaranja-financije, ribolov, slikarstvo… [18] Umjetnost stvaraju oni koji su koji su u svom radu dostigli određenu razinu i stupanj razvoja, umjetnošću se izražava neka vrsta estetike, umjetnost se stvara, postaje i doživljava. Umjetnošću prevodimo svoje osjećaje i zamisli, kasnije promatrač to doživljava na svoj način. [2] Učenje primjene svojih kreativnih sposobnosti u umjetničke svrhe tako je postalo pristupačnije.

Nastavno na misao prije. Umjetnici međusobno potiču jedni druge na rad, stvaraju se veze, nadopunjuju znanja i vještine. Jedan od zanimljivih primjera koji je na našem području zanimljiv su i ulični sajmovi koji su iz sezone u sezonu veći baš zbog utjecaja širenja *dobrog glasa* i stvaranja veza među umjetnicima na društvenim mrežama. Tako umreženi brže dolazimo do informacija, dogovora, kolaboracija i slično. S godinama stvorile su se i velike baze podataka s raznim literaturama iz cijelog svijeta pomoću kojih se šire znanja i informacije.

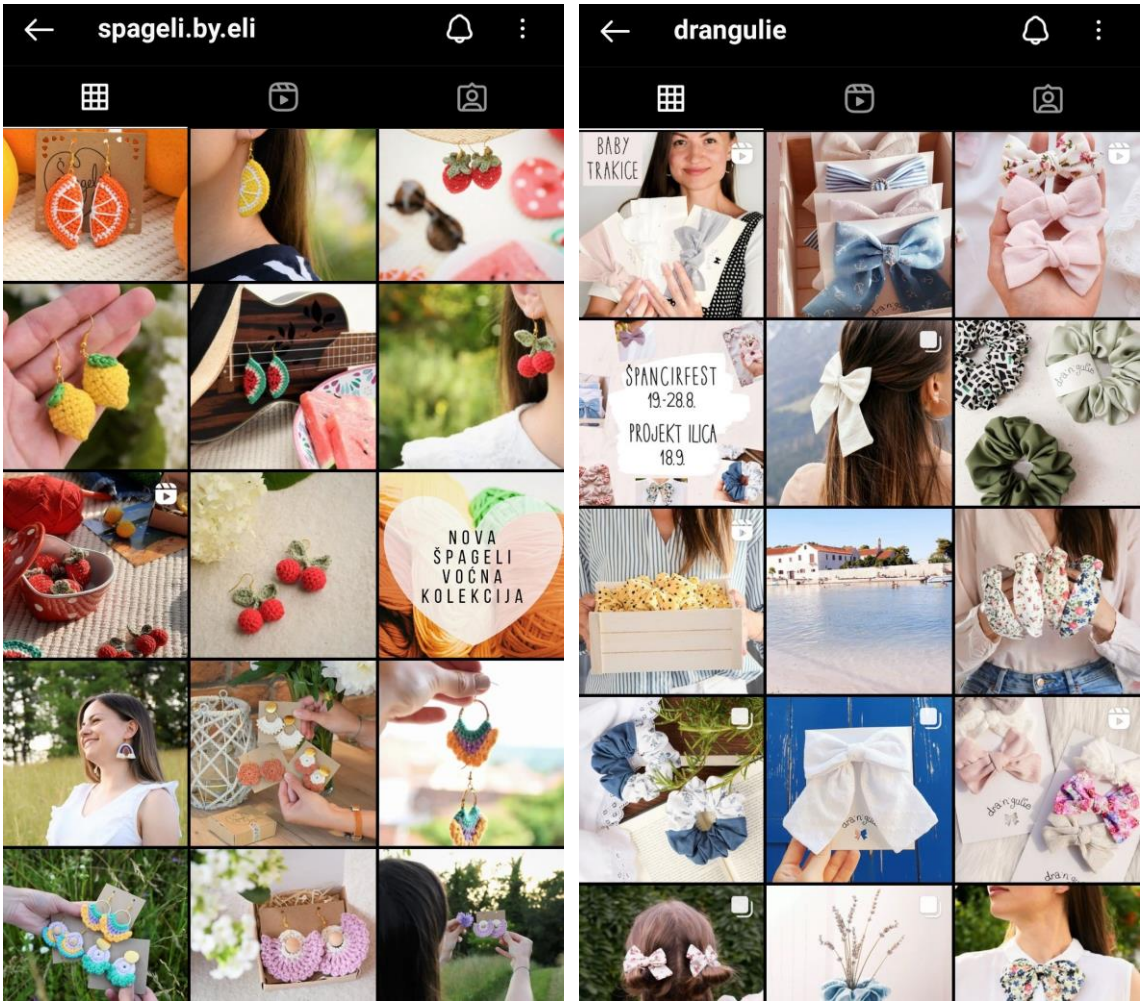


Slika 6 Primjer DIY naslova koji poziva na pokušaj sudjelovanja

Negativna strana kod teme o online svijetu je ta što je konkurencija velika. Odnosno, sve ovisi o tome koliko je netko spretan u predstavljanju sebe i svog rada. Djelomično ima nešto i u već spomenutom algoritmu, ali ima i u upornosti i posvećenosti koju određeni korisnici daju kako bi se ostvarili na društvenim mrežama.

Uvijek će biti pesimističnih pogleda na kakvu god, pa tako i na ovu online situaciju. No, ne smijemo zaboraviti da je za vrijeme pandemije umjetnost doživjela svoj preporod baš zbog ovog digitalnog doba. Iako zatočeni u svojim domovima predstave koje možda nikada ne bismo otišli pogledati u kazalište, mogli smo gledati kod kuće iz ruke na mobilnom telefonu. Na taj način pobuđen je interes za posjetom kazališta uživo. Još mnogo drugih primjera koji, da nije došlo do digitalnog doba, ne bi bili mogući. Negativne strane će uvijek postojati i prvi će ih vidjeti i

isticati oni koji ne razumiju ili nisu ni pokušali. Ostali će shvatiti da je to stvar naše svakodnevice i da će sami odlučivati koliko se žele umrežiti i da ne postoji nitko, za sada, tko ih na to može natjerati. Ako si dobar u onome što radiš, vjeruješ u to i ne sramiš se, publika će te pronaći, iako možda ne bio umrežen.

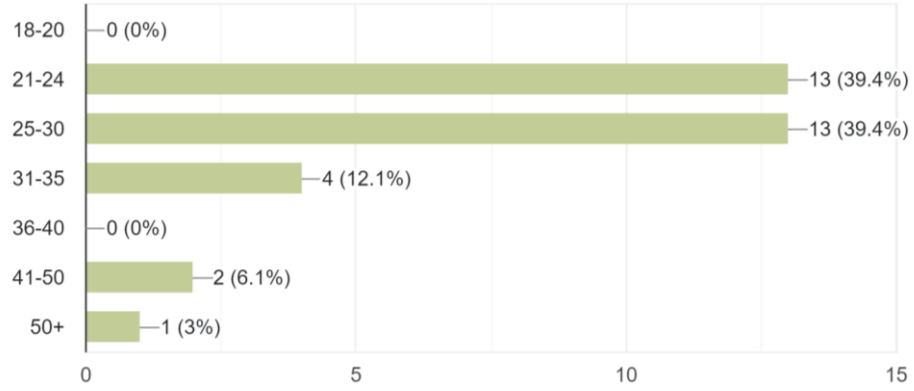


Slika 7 Instagram profili koji su primjer uspješnog korištenja društvenih mreža u svrhu promoviranja svog rada

Na slici 7 možemo vidjeti primjenu društvene mreže Instagram u svrhu promoviranja svog rada. Dra'n'Gulie i Špageli by Eli dva su lokalna brenda, oba nastala iz potrebe za stvaranjem, što se s vremenom pretvorilo u male obrte. Dolaze iz manjeg mjesta te su svoj rad uspjeli proširiti baš putem društvenih mreža. Postali su poznati diljem naše zemlje, a i šire. Iako umjetnost i kreativnost nisu sinonimi, njihova se povezanost isprepliće. Zato ćemo se u sljedećem poglavlju nešto detaljnije posvetiti kreativnosti.

3.3. Anketni upitnik o umjetnosti

Za potrebe ovog rada proveden je online anketni upitnik čiji je cilj bio ispitati kako ljudi gledaju na umjetnost, koje je njihovo stajalište, smatra li se netko od ispitanika umjetnikom i slično. Provedeno je kvalitativno istraživanje, odnosno, istraživanje koje se fokusira na to kako pojedinac ili skupina percipiraju svijet. Kod ove vrste istraživanja naglasak je na naraciji. [19] Sudjelovalo je 33. ispitanika u rasponu godina starosti od 21 do +50 (sudjelovali su i stariji od 50). Od 33. ispitanika sudjelovalo je 24 žene, 8 muškaraca i jedna se osoba izjasnila kao *ostalo.*



Slika 8 Anketni upitnik – starost ispitanika

Podjela ispitanika po županijama:

- Krapinsko-zagorska županija: 15
- Grad Zagreb: 8
- Zagrebačka županija : 4
- Koprivničko-križevačka županija: 2
- Primorsko-goranska županija: 2
- Varaždinska županija: 1
- Splitsko-dalmatinska županija: 1

Prvo pitanje koje je zahtijevalo duži odgovor tražilo je od ispitanika da svojim riječima objasne što za njih predstavlja pojam *umjetnost.* Odgovori su bili raznovrsni, pružili su zanimljiv spektar percipiranja tog pojma. Neki smatraju da je umjetnost osobna ekspresija, kreativni proces stvaranja, jezik, glazba, slikarstvo… Drugi su bili detaljniji u opisivanju, smatraju da umjetnost treba potaknuti emocionalnu reakciju kod promatrača, oblik komunikacije koji prenosi određene osjećaje, sloboda, emocionalna snaga, sve što ostaje kad uklonimo osobne ljudske potrebe. Jedan ispitanik izjasnio se ovako, što je možda najcjelovitiji odgovor koji obuhvaća sve prethodne:

- Dohvaćanje neke više stvarnosti formama odnosno objektima materijalnog svijeta. Također, nešto što je u stalnom nastajanju - umjetnost nastaje i onda kada ju netko doživljava. Drugim riječima, važan je vječno prožimajući odnos između subjekta (umjetnika i/ili promatrača) te objekta (samog umjetničkog djela).

Sljedeće pitanje odnosilo se na to kada bi se neka osoba mogla smatrati *umjetnikom.* Ovdje se stvorila podjela između onih koji smatraju da se umjetnik rodi kao takav, odnosno, ima urođene predispozicije i *dar*. Drugi smatraju da se umjetnikom postaje uz profesionalno treniranje, predanim radom. Neutralna sredina ova dva odgovora slaže se da su potrebne obje strane kako bi se osoba doista mogla smatrati umjetnikom. Također, neki smatraju da umjetnik mora biti prihvaćen od strane društva. Navedene su i određene profesije koje se smatraju više umjetničkim kao što su slikarstvo, fotografija… Umjetnik je svakako stvaraoc i većina bi se složila da umjetnik ima sposobnost vidjeti situaciju iz drugog kuta, izići iz okvira i zna prenijeti svoje misli, ali i prenijeti priču, svijest o okolini u kojoj se nalazi.

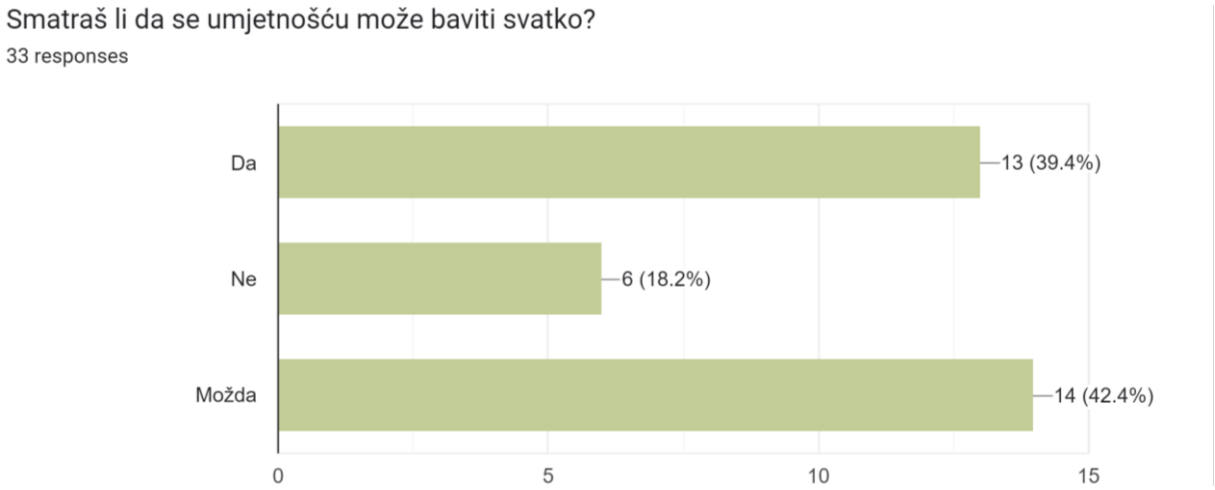
Na pitanje je li umjetnost potreba samo dva ispitanika izjavila su da ne smatraju da je umjetnost potreba. Njihovo obrazloženje je da umjetnost nije ključna za sve životne uvjete. Ostatak ispitanika na umjetnost gleda kao na oslobođenje, odmak od stvarnosti, daje dubinu životu i čini svijet ljepšim mjestom. Umjetnost je sastavni dio svake kulture i civilizacije, svi bismo je trebali konzumirati jer nam je u prirodi izražavati se, a umjetnost je samo jedan od oblika kako to možemo postići.

- Da, najbanalniji primjer je glazba. Svi u glazbi pronalazimo melodije za dobar dan, loš dan i smatram da nam to pomaže u kojem god se raspoloženju nalazili.

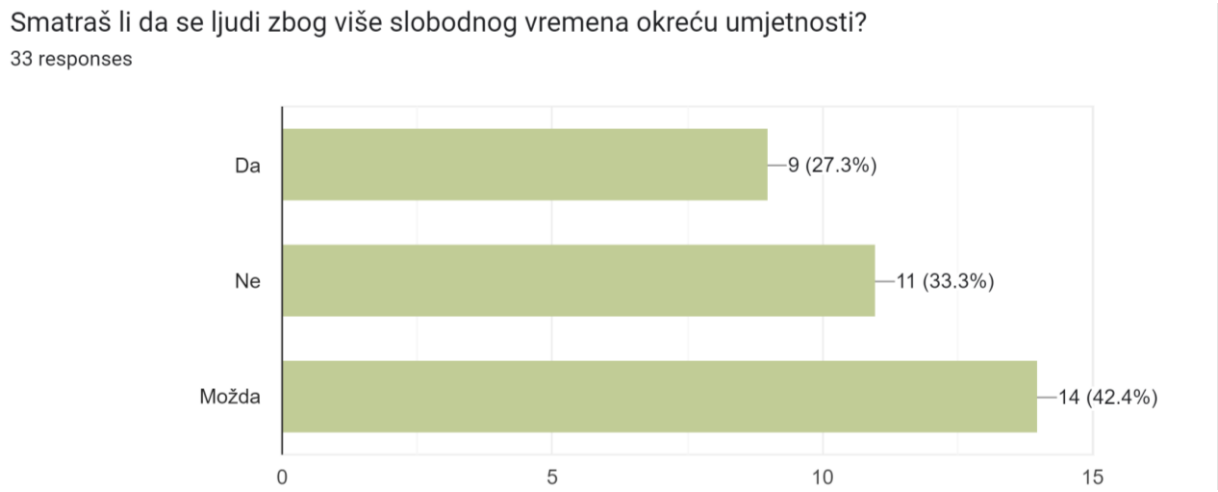
Jedno pitanje odnosilo se na sredinu u kojoj umjetnici stvaraju. Smatraju li ispitanici da se u ruralnim sredinama ljudi manje bave umjetnošću. Zanimljivo je da neovisno o tome iz koje županije bio ispitanik, jer neke su više urbane od drugih, odgovori su bili mješoviti. Polovica smatra da u ruralnim sredinama postoji problem zbog životnog stila u kojem je umjetnost sporedna stvar, za one koji bi se možda i htjeli baviti, ali je smanjena dostupnost za određene

materijale. Neki su naveli problem koji se veže uz neka antropološka pitanja i sram od reakcije koju bi mogla imati okolina „*što će susjedi reći?*“. Druga polovica ispitanika uglavnom ne slaže se s tom izjavom. Smatraju da je umjetnost duboko ukorijenjena u ruralnim dijelovima svih krajeva, pogotovo radi folklora, veliki dio u kućnoj radinosti iako to možda nije umjetnost koju smo u praksi naučili tako zvati. Neke tradicionalne vrijednosti češće se mogu promaći u ruralnim krajevima, dok su se možda u gradovima izgubile. Umjetnost nije vezana uz elitu. Razlika je jedino zbog toga što je gustoća stanovnika manja, pa se zbog toga čini da ih je manje, ali je zapravo omjer vjerojatno isti. Također, tvrde da ima umjetnika, ali nisu razvikani. U svakom slučaju, do pojedinca je, jer ako postoji volja, želja i sposobnost nije važno gdje se nalaziš. S pojavom društvenih mreža više nije problem ni prostor u kojemu bi se mogli pokazati, jer sada postoji mogućnost da sami stvore taj prostor u svojim online galerijama.

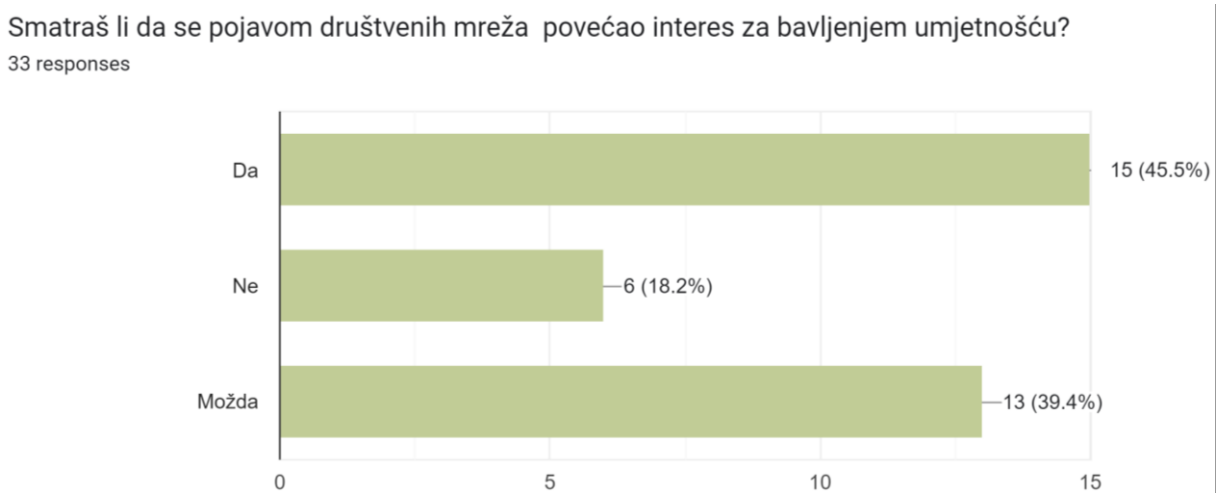
U sljedećih nekoliko grafova nalaze se jednostavni odgovori na pitanja:



Slika 9 Anketni upitnik



Slika 10 Anketni upitnik



Slika 11 Anketni upitnik

Većina ispitanika zna za barem s jednog umjetnika iz njihove lokalne sredine. Svi s pozitivnim odgovorom slažu se da je bitno podržavati lokalne umjetnike kako bi se svijest o njihovom radu u društvu širila. Rad umjetnika inspirira ih, ispunjava i smatraju da su bitna karika u našem društvu.

Na pitanje smatraju li sebe umjetnikom većina se ne smatra umjetnicima. Smatraju da je za takvo nešto potreban kontinuirani rad ili da u sebi osjećaju ono nešto. Neki se jednostavno ne bave time, a neki se nadaju da će tek postati umjetnici. Oni koji se smatraju umjetnicima to smatraju jer su posvećeni svom radu, smatraju da potreba koju osjećaju za bavljenjem umjetnošću nadilazi neke druge *važnije za život* potrebe. Kontinuirano nadograđuju svoja znanja i proširuju poglede. Smatraju da je njihova posebnost u tome da pronađu rješenja i načine kako da nešto naprave na svoj način. Neki se smatraju više kreativcem-umjetnikom ili pak amaterom-umjetnikom zbog potrebe za stvaranjem, ali na nešto nižoj razini.

Područja umjetnosti kojima se bave oni koji su se izjasnili kao umjetnici su većinom slikarstvo, fotografija, općenito vizualne umjetnosti i glazba. U manjem dijelu bave se plesom, ručnim radom, krajobraznom arhitekturom, kiparstvom i pisanjem. Većina je izjavila da od svog rada ne zarađuje za život.

Posljednje pitanje bilo je otvorenog tipa. Ispitanici su mogli nadodati neku misao vezano uz umjetnost ili nadopuniti misao iz anketnog upitnika. Nekoliko ispitanika odlučilo je izraziti svoje frustracije u vezi društvenih mreža koje su, prema njima, mjesto koje propušta amaterizam i stvara masku da se radi o umjetnosti koja to i nije. Usporedba današnje umjetnosti s *fast foodom (brza hrana)*, odnosno, zbog velike količine koja nas svakodnevno okružuje ne posvećujemo se umjetnosti u potpunosti. Vezano uz komentar o amaterizmu, moglo bi se reći da puno toga

prolazi ispod radara, djelo ne „sažvačemo“ dovoljno, dolazi do *polucije,* onečišćenja značenja pravog umjetnika i umjetnosti. Oni koji se smatraju umjetnicima često se ograđuju time, kritike koje nisu pozitivne ne prihvaćaju. Takve kritike koje su usmjerene njihovom radu shvaćaju osobno, ne razumiju da je kritika upućena njihovom radu te umjesto da pokušaju uzeti ono najbolje, ograđuju se. Treba shvatiti da je konkurencija velika i da tržište ne može prihvatiti sve. Neki smatraju da je umjetnost zanat, jer što više radiš na tome bliže si statusu umjetnika. Problem je što danas puno onih koji se želi baviti umjetnošću moraju biti i dobar poduzetnik, marketinški stručnjak, ako to nemaš u sebi teže je uspjeti. Neki su iznijeli problem nedovoljnog poticanja umjetnosti od strane državnih institucija u RH koje iz godine u godinu smanjuju sredstva namijenjena razvoju kulture općenito. Slijedi još nekoliko citiranih odgovora:

- Ono što je u meni ili tebi, a što nas tjera da razmišljamo kao umjetnici i da živimo "umjetnost", dano nam je kao dar. Nema ga svatko, i nema ga svatko u istoj mjeri. Zašto bih tada smatrala da mi je taj isti dar dan kako bih ga držala samo za sebe? Bilo bi to malo sebično i bahato, zar ne? Nemamo to pravo. Naša je dužnost, prema onome koji nam je taj dar dao i prema onima koji žive oko nas, da to što imamo u najboljoj mogućoj vjeri podijelimo i šaljemo dalje u prostranstva ovog svijeta.

- Možda nije neophodna za život, ali dugoročno smo bez umjetnosti prazniji. Mislim da u današnje vrijeme umjetnost može iskoristiti sve benefite društvenih mreža i dići se na razinu za koju možemo reći da dobro stoji.

- Barem u današnje vrijeme neovisno o sredini u kojoj se nalaziš ne bi te trebalo biti strah, sram ili imati manjak samopouzdanja u vezi kreiranja onog sto voliš, to si ti i ono sto čini tebe kakvim jesi, obuhvati to s obje ruke.

Pogledi na umjetnost različiti su. Kojim god zanatom da se bavili, iz kojeg god kraja bili, koliko god godina imali možemo se složiti da umjetnost smatramo bitnom. Još jednom ćemo ponoviti da je bitno da svatko ima mogućnost konzumirati kulturu i umjetnost, u kakvom god obliku nam ona bila dostupna i potrebna. Završit ćemo ovo poglavlje s kratkim i jasnim citatom iz ankete:

- Dugo živjela umjetnost.

4. Kreativnost

Kreativnost je sposobnost svih živih bića da na jedinstven i inovativan način dođu do rješenja, razvijanja ideja i slično. Kreativnost kroz proces kreativnog razmišljanja ima nekakav kreativni produkt, ishod. U tom procesu, prije samog ishoda, osoba prolazi kroz razne faze preispitivanja ideje. Kreativnost olakšava proces nekog rada jer se kroz kreativni proces dolazi do povezivanja stvari koje ponekad nisu na prvu očite. Zanimljiva je činjenica da suvremena psihologija govori kako su svi ljudi kreativni, samo se područja koja svaki čovjek pokriva drugačija te je ta sposobnost kod nekih više vidljiva nego kod drugih. [20]

Kroz povijest imamo na tisuće primjera ljudi u raznim područjima koji su bilo kreativni, neki od njih su Beethoven, Picasso, Nikola Tesla, Steve Jobs… Svi oni svoju unutarnju potrebu za stvaranjem i svoju kreativnost iskoristili su najbolje što su znali i mogli, napravili su velik iskorak i zbog toga će ih se pamtiti dugo vremena. No, kreativnost nije svojstvena samo određenoj skupini ljudi, to je sposobnost koja pomaže da se stjecajem okolnosti pronađe prilika koja će u toj situaciji stvoriti nešto korisno, koja će na inovativan način riješiti određenu problematiku. Kreativnost često gledamo kao nešto što je stvara iznenađenje, odnosno, dosjetljivost koja je u tom trenutku možda i neočekivana. Važno je da ponuđeno kreativno rješenje bude korisno. Poput umjetnosti, pitanje je tko procjenjuje koliko je nešto kreativno ili nije. Odgovor je isti, odnosno to je stvar odluke socijalnog konsenzusa. Ono što nismo spomenuli kod umjetnosti, no, tiče se i kreativnosti i umjetnosti jest, da bi nekakav sud ipak mogli donijeti. Odnosno, od strane amatera nekakav rad bi mogao biti prozvan veoma kreativnim i kvalitetnim, dok će ona druga skupina (stručnjaci koji se godinama bave pronalaženjem i prepoznavanjem kvalitetnog rada) reći da je nekakav rad osrednje dobar ili čak i nisko kvalitetan. Bitno je i iskustvo koji umjetnici, pa tako i kreativni ljudi općenito, imaju. Uvijek se može dogoditi da je netko s vrlo malo ili gotovo nikakvim iskustvom izniman u svom radu, ali češća je situacija da je potrebno vrijeme i iskustvo koje će pokazati kakvo je nešto zapravo. Svi autori trebali bi biti sposobni podnijeti kritiku i ne shvaćati osobno kritike koje su upućene radu. Autori tako stvaraju štit od vanjskog svijeta i okreću se samo onima koji hvale rad. Takav stav ne može biti dobar jer ne daje mjesta zdravom napretku. Kada se nešto ponudi prosudbi promatrača, ego treba ostaviti postrani. Neki smatraju da je uz kreativnost usko vezan i talent. Takva tvrdnja je diskutabilna jer se kreativnost može razvijati. Kreativnost sama po sebi je rješavanje nekog problema, ako ne postoji problematika o kojoj razmišljamo, ne postoji ni potreba da se nešto promjeni. [21]

4.1. Kreativni proces

Uz pomoć kreativnosti lakše dolazimo do rješenja, a taj postupak zovemo kreativni proces. Ukratko ćemo se osvrnuti na ovaj veoma bitan segment u nastajanju svakog rada.

Kreativni proces možemo podijeliti u četiri faze. Za rješavanje nekakvog kreativnog procesa potrebno je pripremiti se, analizirati situaciju i prikupiti sve potrebne informacije i materijale. Zatim slijedi period u kojem promišljamo i sagledavamo sve što nam je na raspolaganju i na kraju moment prosvjetljenja u kojem imamo ideju i krećemo s razvijanje. Jasno je da ti procesi nisu uvijek svjesni, no, ako ne znamo kako početi, to su dobri koraci koje možemo slijediti. Bitno je znati da kada se nalazimo u procesu nastajanja ideje da imamo tok misli koji ne prekidamo, ne požurujemo. U tom procesu stvaraju se fine poveznice koje su vidljive možda samo u tom momentu. To može biti onaj „AHA“ trenutak koji nam se može dogoditi bilo gdje. Dobra tehnika je zapisati misao da „ne pobjegne“. Takve misli kasnije razrađujemo, odbacujemo nepotrebno. U ovom djelu pronalazimo problem unutar ideje. Pokušavamo razabrati je li riječ o problemu ili radu nešto nedostaje. Zna se dogoditi da ideja koja je možda u početku izgledala odlično, na kraju ispadne ne toliko dobra. U trenutcima odluke ne smijemo biti u strahu odbaciti sve i krenuti ponovno. Nekad se može brže doći do rješenja kada se krene ispočetka, nego ako pokušamo krpati nešto što je beznadno. Kreativni produkt je inovativan, što ne znači da nije nikad do sada viđen, ali je u odnosu na neka ranija djela nov. Kreativni produkt mora biti od nekakve koristi promatraču, bilo to estetski, praktično ili psihosocijalno. Na kraju je pitanje kako nekoga tko promatra rad uvjeriti da se radi o kreativnom radu. Neki znanstvenici tvrde da to pitanje leži na osobnoj razini, drugi se ne slažu jer tvrde da se kreativnost razlikuje ovisno o sredini u kojoj se nalazi. Socijalni kontekst bitna je karika jer društvo je ono koje će odrediti je li nešto kreativno i oni će odlučiti što prolazi dalje. Da bi neki rad bio relevantan u društvu treba privući skupinu relevantnih pratitelja. [21] U svakom slučaju moramo promišljati o svom radu i stajati čvrsto iza toga te znati ispričati dobru priču, ako rado već samo po sebi ne govori dovoljno. Zato je potrebno proći navedene korake jer tako eliminiramo rizike.

U poglavlju s opisom praktičnog dijela bit će opisan kreativni proces ovog rada, tako da se na tom primjeru mogu vidjeti koraci i koliko su ove upute bile od koristi.

4.2. Društveni status kreativnih osoba u umjetnosti

Pratimo li razvoj kreativnih osoba još od školskih klupa, dokazano je da učitelji veću pozornost obraćaju inteligentnoj i poslušnoj djeci. Kreativna djeca često su okarakterizirana kao nemirna, netko tko često postavlja pitanja i ima smanjenu koncentraciju. Takve osobe od najranijih početaka često su stavljene u određenu skupinu koja ima etiketu, jasno, ima i iznimaka. Kreativne osobe često se u svojoj okolini susreću s okolinom koja ih sputava u njihovom slobodnom izražavanju jer ne smatraju da postoji potreba. Kreativne osobe mogu tako naići na otpor i odbacivanje, što u ranoj dobi razvoja može ostaviti trag. Oni koji u se ne obaziru, uporni, ustrajni ili ih inat gura da nastave sa svojim radom na posljetku budu prihvaćeni kao kreativci. Školstvo i odgoj napreduju pa se tako mijenjaju i neke prakse, premda se ponekad čini da se sve kreće presporo. Djeca, kasnije i ljudi koji su kreativni ne bi trebali niti u jednom trenutku osjećati se etiketirano i da su upire prstom u to što rade. Trebalo bi se na njih gledati jednako kao i na one koji su iznimno dobri u matematici, jezicima i slično. Kreativnost je osobina koja bi trebala biti poželjna u gotovo svakom životnom aspektu. [21]

U razdoblju od pete do sedme godine, kada se djeca uključe u školski sustav, kreativnost se smanjuje za 40% jer se tada zahtjeva da se služe logikom, budu točni i precizni. Zato treba prepoznati kreativnu osobu i usmjeriti je. Kreativnost je opći ljudski potencijal. Kreativne osobe imaju veću sposobnost za divergentnim mišljenjem. Divergentno mišljenje je sposobnost pojedinca da ima mogućnost sagledati niz rješenja za neki problem za razliku od konvergentnog mišljenja gdje su sve ideje usmjerene ka jednom rješenju. Ono što je pozitivno kod kreativnosti je da ona zapravo nikada ne nestaje, već se razvija i mijenja. Uvijek se možemo vratiti i biti, pa čak i postati kreativni. Važno je biti otvoren ka novim iskustvima i biti spreman preuzeti rizike. [18]

Kreativan rad u umjetničkom smislu često nije shvaćen, često se krivo percipira u javnosti. Kreativnost u umjetnosti, kreativni proces, nepoznat je društvu te se na rad gleda kao na finalni produkt. Zbog toga dolazi do podcjenjivanja rada kreativca-umjetnika i pokušaja iskorištavanja njihovog rada, potplaćivanja rada. Opravdanje tome je da je kreativcu-umjetniku dovoljna nagrada čista zadovoljština koju dobiva od stvaranja djela ili da se takav rad napravi *za čas.* [10] Takva okruženja mogu biti jako toksična za kreativca-umjetnika. Povežimo ovaj primjer s društvenim mrežama koje su poslužile kao platforma pomoću koje možemo osvijestiti javnost. Kreativci-umjetnici pomoću videa i slika prikazuju svoje procese rada i naglašavaju da, ako nešto i naplate, to je zato što su uložili svoje vrijeme, znanje i sposobnost da naprave nešto.

Usporedimo li to s restoranima, znamo da većina ima mogućnost pripremiti hranu kod kuće, ali kada dođemo u restoran spremni smo platiti za pripremljeno. Tako je i s kreativcima-umjetnicima, svatko ima mogućnost pokušati sam napraviti rad, ali ako postoji želja za nečijim radom, treba biti svjestan procesa i svega što stoji iza tog rada.

Jedan od ispitanika u ovom radu rekao je da su ga oduvijek smatrali čudnim i da su trebale godine da ga okolina prihvati kao takvog. Opisi kao što su „čudan, opičen, otkačen, uvrnut, munjen…“ samo su neki koji se često pridodaju kao osobine kreativnim osobama. To je sve zato što je okolina naviknula na određene modele ponašanja, a svatko tko imalo iskače bit će na prvu čudan. S vremenom kada se uspostavi komunikacija takvi pojedinci možda ne budu shvaćeni do kraja, ali budu prihvaćeni, što je bitnije. Ljudi ne razmišljaju o kreativnosti i potrebi za umjetnošću zbog užurbanog svakodnevnog života, što ne znači da im to nije potrebno. Ispitanik je potrebu za svojim rado opisao kao krpanje rupa. Svi ljudi koji svaki dan rade svoje poslove, koji su bez sumnje prijeko potrebni kako bi društvo moglo funkcionirati. Svi oni trebaju kreativce i umjetnike da im pruže neku vrstu utjehe, odmaka od svakodnevice. Društveni status kreativaca-umjetnika nikada neće biti upitan. Zbog toga možemo reći da kakav god stav društva bio prema kreativcima-umjetnicima, društvo takve pojedince treba, a ti pojedinci, u većini slučajeva, nesebično će podijeliti svoj rad (*dar*) s potrebitima.

4.2.1. Primjer utjecaja skupine lokalnih kreativaca

Hrvatsko zagorje prepuno je prekrasnih i važnih povijesnih lokaliteta. Mnogi od tih lokaliteta s godinama pali su u zaborav te su ostali poznati samo lokalnom stanovništvu. Manifestacije i bilo kakva događanja su često vezane uz centre gradova. Taj problem uočili su i kreativci s područja grada Pregrade. Pregrada je gradić smješten na zapadom djelu Krapinsko-zagorske županije. Populaciju grada čini nešto više od 6500 stanovnika. Grad ima bogatu povijesnu baštinu, spomenimo da se na teritoriju općine nalaze 4 dvorca – dvorac Bežanec, dvorac Dubrava, dvorac Gorica i srednjovjekovna utvrda Kostelgrad. Podno Kostelgrada, osim crkvu Sv. Emerika, nalazi se i malena kapela Trpećeg Isusa. [22] Kapela više nema svoju nekadašnju funkciju i prepuštena je samoj sebi. Lokalni kreativci-umjetnici prepoznali su taj problem. Osim problema prepoznali su i potencijal prostora koji se nalazi oko kapele. Prošle, 2021. godine, skupina lokalnih kreativaca odlučila je, bez sponzorstva, napraviti *večer poezije, popievaja i povedaja* (večer poezije, pjesme i pripovijedanja).



Slika 12 Improvizirana pozornica „Pre Kapelici“

Cilj je bio smjestiti događanje u ruralni dio, potaknuti posjetitelje da uoče problem i potencijal mjesta na kojem se kapela nalazi i tako dati do znanja da postoji potreba za obnovom i decentralizacijom programa koji su smješteni u centru grada. Još jedan bitan cilj bio je da i obični ljudi mogu konzumirati kulturu, pokazati im to na vlastitom primjeru pošto su i organizatori *obični ljudi*. Bilo bi krivo da se kao društvo oslanjamo na ljude koji se bave kulturom i umjetnošću u profesionalnom smislu te da nam samo takvi mogu servirati događanja. Kao što smo već spomenuli, u ruralnim dijelovima je slaba osviještenost o kulturi i umjetnosti, što ne znači da potreba ne postoji. Na ovaj događaj pod simboličnim nazivom *Pre Kapelici* odazvalo se nekoliko kreativaca-umjetnika koji su svojim programom vratili smisao tom mjestu. Odaziv publike je također bio velik, što još jednom potvrđuje da su ljudi željni takvih događanja. Nedugo nakon toga krenulo se u rekonstrukciju kapele, a ove godine u pripremi je novi program za još jednu večer *Pre Kapelici.*

Ovakvi primjeri počinju biti sve brojniji jer uz kreativnost i slobodno vrijeme koje imamo na raspolaganju shvaćamo da se kultura i umjetnost mogu probuditi u svakom krajičku svijeta.

5. Motivacija

Motivacija je proces koji u ljudima izaziva određeno ponašanje, odnosno, motivacija daje ponašanju smjer, energiju i svrhu. Motivacija utječe na pozitivan tok radnji za ostvarenje nekog cilja, ali može utjecati i na prestanak. Za motivaciju su potrebni motivi koje možemo razvrstati u četiri glavne skupine procesa, a to su potrebe, emocije, kognicije i vanjski utjecaji. Od toga su prve tri dio unutarnjih procesa osobe. Potreba je unutarnje stanje, ključna i neophodna za život i cjelokupnu dobrobit čovjeka. Emocija je kratkotrajno stanje, subjektivno stanje koje uz skup osjećaja stvara odgovor na ono što nas trenutno okružuje. Kognicije stvaraju trajne stavove, kognicije su svjesne spoznaje o sebi i okolini. Vanjski utjecaju su podražaji iz okoline koji formiraju odluke u ponašanju, približavamo se pozitivnim događanjima, udaljavamo od onih koji bi mogli negativno utjecati na nas. Motivirana osoba svojim će postupcima odskakati od svog klasičnog ponašanja. Takva osoba će se ulagati više truda, vremena i volje za određenu aktivnost. Kako bismo bili motivirani moramo zadovoljiti fiziološke, društvene i psihološke potrebe. Zadovoljavanje fiziološke potrebe povezano je i sa stabilnošću psihe. Fiziološke potrebe su bilo koje sastavnice koje su nužne za život, zanemarivanjem istih može se poremetiti biološka ravnoteža i psihološka. Najjednostavniji primjer toga je ako smo gladni mislit ćemo sve više o tome i to nas može ometati u drugim procesima. Kada namirimo tu potrebu smanjujemo nemir koji smo osjećali i tako se možemo vratiti procesima koje smo prije obavljali. Društvene potrebe odnose se na status u društvu npr. postignuća i moć. Psihološke potrebe tjeraju nas da budemo proaktivni, a možemo ih podijeliti u tri skupine: autonomija, kompetencija i povezanost. Autonomija je proces u kojem sami odlučujemo hoćemo li započeti neku radnju ili ne, a to sve ovisi o našim interesima, željama i preferencijama. Ovdje možemo izdvojiti i slobodnu volju zbog koje započinjemo aktivnost bez prisile, odnosno, kada osoba ima osjećaj da ponašanje i aktivnost proizlazi iz vlastitog htijenja. Iako se čini kao odličan motivator, postoji i suprotnost tome-osjećaj pritiska ili prisile. Ponekad se osobe stavljaju u poziciju da sebi zadaju taj osjećaj kako bi napravili nešto što su možda odugovlačili. Kompetencija nas tjera da tražimo izazove za ulaganje napora za obavljanje nekog rada. To je prirođeni izvor motivacije koji u odnosu s okolinom stvara potrebu da budemo učinkoviti. Povezanost je ključna za obuhvaćanje svega prethodnoga. Bez povezanosti nema osjećaja pripadnosti, a to je potrebno svima, iako možda neki tvrdili suprotno. Povezanost je iznimno bitna za motivaciju jer se okružujemo ljudima koji će nas poticati da radimo ono što u čemu uživamo. Povezivanje s ljudima koji ne odobravaju naš rad stvara suprotni efekt, motivacija se smanjuje. Povezanost s onima koji nas potiču ključna je i

kod poticanja autonomije i kompetencije. Imamo potrebu za povezivanjem jer u takvim odnosima pojedinci brinu jedni za druge. Za razliku od toga postoje još odnosi, ali u tim odnosima očekujemo nešto zauzvrat (novčano, materijalno…). Zajednički odnosi, a to su primjerice obitelj, prijatelji i romantični odnosi, prate prave potrebe pojedinca. U takvim odnosima znamo da se možemo osloniti, dobiti iskrenu povratnu informaciju o radu i bitnija je kvaliteta takvog odnosa od kvantitete. Takvi odnosi smanjuju osjećaj usamljenosti i depresiju, a upravo to stvara mjesto za motivaciju. [23]

U intervjuima ispitanici su dali do znanja da im je bitno imati potporu od strane osoba koje smatraju bliskima. Ponekad u trenutcima sumnje razgovor s nekim o radu može preokrenuti situaciju i potaknuti nas, motivirati nas da nastavimo dalje. Postoje okruženja koja možemo nazvati toksičnima jer obezvređuju rad, no, ako se u takvoj sredini nađe jedna osoba koja vidi smisao to može biti dovoljan poticaj. Neki umjetnici kažu da u inat društvu koje ih ne podržava naprave neki rad. Takve situacije su moguće, ali vjerojatno takva osoba ima iza sebe povijest odobrenih od strane društva radova i da ipak postoji skupina ljudi koja će ga neupitno pratiti. U ovo radu ipak se osvrćemo na umjetnike iz manjih, ruralnih sredina gdje je društvena afirmacija bitna. Takve osobe u sebi imaju veliku potrebu, želju i upornost i zbog toga uspijevaju. Ponekad su potrebne godine da osoba kao umjetnik ili stvaraoc budu prihvaćeni u društvu. Onaj koji nije ustrajan u svom radu postoje male šanse da će doći do društvene afirmacije.

5.1. Intrinzična i ekstrinzična motivacija.

Zanimljiva je još jedna stvar koja je potaknula ideju o ovom radu, a stoji u samom nazivu umjetnost kao potreba. Potreba za stvaranjem kod pojedinaca toliko je velika da nije potrebna nagrada za rad, dovoljna nagrada je osobna zadovoljština. U prijašnjim poglavljima spomenuli smo pojmove intrinzična i ekstrinzična motivacija, sad ćemo ih i objasniti.

Intrinzična motivacija je sklonost da se bavimo vlastitim interesima i usavršavamo svoje sposobnosti konstantno učeći i savladavajući izazove. To je psihološka potreba koja naglašava osobnu znatiželju. Potiče nas da se razvijamo i na prvo mjesto stavlja naše prirođene težnje. Ponašanja koja proizlaze iz te potrebe dolaze spontano iz naših unutarnjih stanja. Stvara osjećaj zadovoljstva jer smo sami u mogućnosti proizvesti nešto. Mogli bismo reći da intrinzična motivacija dolazi iznutra. *Ekstrinzična motivacija* dolazi izvana. Odnosno, to je produkt okolinskih poticaja i posljedica. U ovom slučaju motivaciju imamo kada dobijemo poticaj iz okoline, a to može biti jednostavan osmjeh, prisutnost drage osobe, novac… Interesantno je da kada se intrinzičnom radu pokuša dati ekstrinzična nagrada opada želja za budućom intrinzičnom motivacijom. Primjerice kada neka osoba koja je napravila sliku iz vlastite potrebe za stvaranjem i takvoj osobi se ponudi novac to prelazi u poslovnu priliku. Sve što se veže uz posao postaje obaveza, a s vremenom počinje opadati zadovoljstvo koje smo imali za obavljanje te iste aktivnosti. Taj utjecaj zovemo *skrivenom cijenom nagrade,* to je štetni utjecaj nagrade. Ekstrinzične nagrade mogu imati i pozitivan utjecaj na motivaciju, ali ona brže sagorijeva jer ima svoju cijenu. Intrinzična motivacija i interes za obavljanjem aktivnosti se smanjuju jer u slučaju ekstrinzične nagrade postoji određeno očekivanje i potreba da ta nagrada bude opipljiva. Novac, pohvalnice, hrana, bilo što materijalno može smanjiti intrinzičnu motivaciju. Ono što neće smanjiti intrinzičnu motivaciju su simboličke, neočekivane i verbalne nagrade.[23]

U intervjuiranju ispitanike smo upitali smatraju li da bi obavljali isti posao jednako dobro, s jednakim žarom kada bi za isti posao bili plaćeni. Odgovor je bio isti kod svakog ispitanika, a to je da npr. novac nije loša nagrada, ali je puno veće i važnije kada od publike ili promatrača dobiju pozitivan komentar za svoj rad. Jer to znači da su uspjeli doprijeti do nečije duše i uma na temelju svog rada i truda. Ne priželjkuju hvaljenje, ali ono svakako nije na odmet. Ta zadovoljština koju dobiju potiče ih da budu srčaniji u onome što rade i da nastave tim tempom usrećivati ljude koji su spremni prihvatiti njih i njihov rad.

Davanje potpore u intrinzičnoj motivaciji, kada govorimo o kreativnosti, veoma je važna za rad. No, ona slabi kada osobu nadgledamo, ocjenjujemo, naređujemo kako i što će dalje raditi.

Intrinzična motivacija daje osobi veći kapacitet razumijevanja i interesa za neku temu jer proizlazi iz osobe same. Takve osobe često imaju veće samopouzdanje, manje su depresivne, manje prate npr. TV i nemaju potrebu za zlouporabom alkohola, droga i drugih ovisnosti koje bi mogle negativno utjecati na njihovo stvaranje. [23]

Intrinzična motivacija je zadovoljena završetkom zadatka, osoba uživa u izvedbi i smatra tu aktivnost zanimljivom. Takve osobe su često više kreativne, od onih pod utjecajem ekstrinzične motivacije i nagrade koju očekuju. Kada umjetnik ima sve potrebne vještine i nema ograničenja u vidu društvene okoline podiže se količina intrinzične motivacije. U takvim osobama kreativnost pojedinca izrazito raste. Smatra se da je ponekad poželjno imati male količine ekstrinzične motivacije kada se osoba nađe u fazama koje su zamorne i zahtijevaju rješavanje neočekivanih problema. [21]

Jedan od ispitanika tvrdi da je često problem što se umjetnici i ljudi općenito zanose zapadnom kulturom koja je usko povezana s kapitalizmom. Sve ima svoju cijenu, a u tome se gubi ono ključno što je potaknulo umjetnika na stvaranje. Staviti cijenu na svoj rad nije ništa negativno, ako smo sposobni balansirati između ta dva svijeta.

Drugi ispitanik opisao je svoje iskustvo gdje se našao u kreativnoj krizi i bio u strahu od toga da ne potroši svu motivaciju i kreativnost koju posjeduje. No, kroz razgovore je došao do zaključka da ne postoji ograničenje. Motivacija i kreativnost su nepresušni izvori.

6. Praktični dio

Ideja za ovaj rad nastala je nakon povratka u Zagorje i jednog događaja u rujna 2021. godine koji je opisan u poglavlju Kreativnost, a to je *Primjer utjecaja skupine lokalnih kreativaca.* Kao što sam već i napisala, povod za stvaranje takve jedne večeri bila je jednostavna želja da umjetnost i kultura budu dostupniji, da je mogu konzumirati svi oni koji imaju volju. Ta večer otvorila je novi neistraženi prostor. Spoznaja da u krugu od nekoliko kilometara postoji još takvih pojedinaca stvorio je potrebu da se nekako objedini njihov rad i predstavi svijetu. Nakon razmišljanja o tome kako to napraviti odabrala sam dokumentaristički pristup u kombinaciji s eksperimentalnim momentima.

Inspiracija za stil kojim ću se koristiti u video materijalima za ovaj projekt bila je Andrea Buča i njezini serijali na HRT-u s naglaskom na serijal *Stani v Zagorju*, razni serijali Roberta Knjaza, *Vogue* i epizode o domovima poznatih, *Nowness* i epizode o domovima raznih kreativaca. Način na koji se kamera odnosi prema ljudima u tim serijalima izgleda prirodno. Postoji prostor za spontanost i samim time gledatelji se mogu više poistovjetiti.

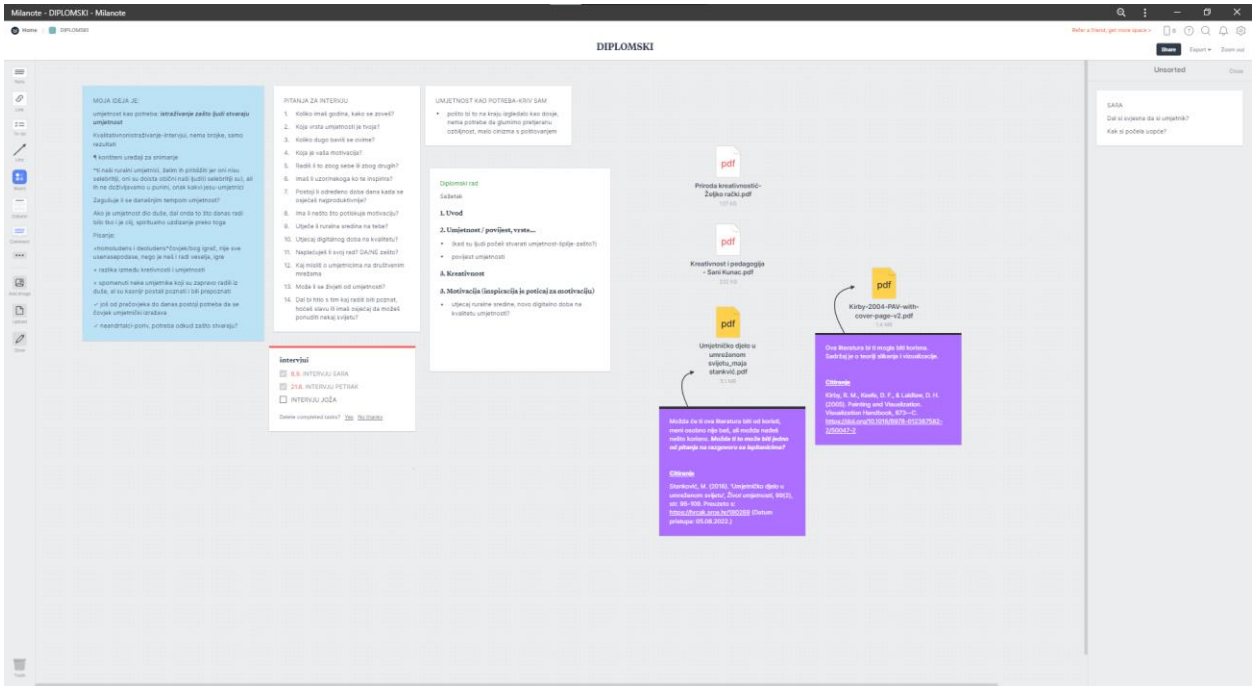


Slika 13 Scena iz epizode „Stani v Zagorju“

U ovom radu snimane su kratke epizode o svakom umjetniku, a tome će se priložiti i njihov dosje. Napravila sam plan, a cilj je bio istražiti *zašto je umjetnost potreba*. Odabrala sam nekoliko lokalnih umjetnika koji su mi kroz svoj rad pokušali dati odgovor na to pitanje. Kod odabira ispitanika bilo je važno da se bave nekom granom umjetnosti (slikanje, glazba, gluma i sl.) i da se po definiciji time bave amaterski, ali obavljaju to na razini profesionalaca i to sve bez naknade za rad. Rad bez naknade kao uvjet bio je ključan jer to znači da oni to ne moraju raditi, ali odabiru taj put jer u sebi osjećaju potrebu. Riječ *amater* dolazi od francuske riječi *amateur* što u doslovnom prijevodu znači *ljubitelj*. To je osoba koja se bavi nekom djelatnošću iz sklonosti, ljubavi prema nečemu. [24] Iako je značenje lijepo, u našem društvu pomalo se omalovažava osobe koje budu etiketirane kao amateri. Zato ne želim upotrebljavati tu riječ. Ono što oni jesu i kako ih možemo nazvati su kreativci, stvaraoci i umjetnici jer ono što rade, rade izrazito dobro. No, s vremenom i ta ideja se proširila jer se stvorio krug ljudi koji su uspjeli i pretvorili svoje stvaralaštvo u posao. Zanimljiva je činjenica da neki od ispitanik nemaju formalno obrazovanje u bilo kakvoj umjetničkoj školi. Svoje znanje stjecali su kroz godine u slobodno vrijeme između posla od kojeg zarađuju za život i ostalih obaveza. Ne razmišljamo o njima kao o poznatim osobama. To su na prvi pogled sasvim obični ljudi koje susrećemo svakodnevno kao svoje susjede, prijatelje, poznanike… Ne nameću se jer za time nema potrebe. Tek u situacijama kad ih se stavi "pod svjetlo" uviđamo da se ipak malo izdvajaju od prosjeka društva. Uz sve to nalazimo se u ruralnoj sredini gdje umjetnici nisu toliko shvaćeni ozbiljno, a ponekad nisu ni prihvaćeni. Ovim radom želim svjedočiti njihovom postojanju i radu. Imat će svoju epizodu u kojoj se mogu izjasniti i tako povezati ih međusobno.

6.1. Proces stvaranja intervjua i videa

Za potrebe bilježenja misaonog procesa koristila sam aplikaciju *Milanote*. Aplikacija *Milanote* služi kao digitalna ploča na kojoj se mogu izložiti ideje za neki projekt i tako ih možemo lakše organizirati kako bismo mogli jasnije pratiti plan rada. *Milanote* je praktičan za korištenje jer se ideje mogu prezentirati u obliku npr. mentalne mape, mogu se dodavati vanjski dokumenti za kasnije čitanje i postoji mogućnost za instalacijom mobilne i desktop aplikacije. Tako su mi podatci bili dostupni u svakom trenutku, a imala sam mogućnost dodati ideju gdje god se nalazim, nisam bila vezana za računalo. [25]



Slika 14 Aplikacija Milanote

Razvoj od prve ideje do konačne značajno se promijenio. Prvi plan bio je napraviti publikaciju kao što je knjiga, no, to bi na kraju izgledalo kao mala monografija nekoliko odabranih umjetnika. Da rad ne bi bio monoton krenula sam u nešto eksperimentalnijem smjeru. Fokus s klasične publikacije raspodijelio se u nekoliko segmenata koji će na kraju činiti kompletniju i zanimljiviju cjelinu.

Pitanje je bilo što napraviti, ako već ne želim napraviti knjigu. Rješenja tog problema svaki umjetnik imati svoj *dosje*. Dosje je dokument u kojem se nalaze fotografije umjetnika, njegovog

radnog prostora i slično. Sudionici u ovom projektu potanko su ispitani o tome kako žive i kako svoju umjetnost usklađuju sa svakodnevnim životom. Kako bismo bili što preciznija u svjedočenju tim ljudima i njihovom radu odlučila sam snimiti epizodu o svakom umjetniku. Odlučila sam se za oblik intervjua. Sastavila sam set pitanja kao okvir, a onda smo se bacili na razgovor. Pitanja su bila sljedeća:

1. Kako se zoveš?
2. Koliko imaš godina?
3. Čime se baviš (u vidu teme „umjetnost kao potreba“)?
4. Koliko dugo baviš se time?
5. Koja je tvoja motivacija?
6. Radiš li to zbog sebe ili zbog drugih?
7. Imaš li uzor/nekoga tko te inspirira?
8. Postoji li određeno doba dana kada se osjećaš najproduktivnije?
9. Ima li nešto što potiskuje tvoju motivaciju?
10. Utječe li ruralna sredina na tebe i tvoj rad?
11. Utjecaj digitalnog doba na umjetnost danas?
12. Što misliš o umjetnicima na društvenim mrežama?
13. Naplaćuješ li svoj rad? DA/NE zašto?
14. Može li se živjeti od umjetnosti?
15. Imaš li potrebu/želju biti poznat, imati slavu ili ti to nije važno?
16. Imaš li neku anegdotu vezanu uz svoje stvaralaštvo?

Epizode u trajanju od maksimalno 20 minuta prikazuju umjetnike na jednostavan i simpatičan način. Gledamo ih u njihovom svakodnevnom okruženju, spontane. Sami su birali vrijeme i mjesto gdje će se snimati. Smatram da su tako mogli biti opušteniji i prirodniji te ako je netko imao strah od kamere mogao se lakše opustiti.

6.1.1. Oprema za snimanje

Za snimanje sam koristila fotoaparat *Nikon D7100* u kombinaciji sa širokokutnim objektivima:

- *Nikon AF-S Nikkor 35mm 1:1.8G DX*
- *Nikon AF-S DX NIKKOR 18-105mm f/3.5-5.6G ED VR.*

Uz to sam koristila i stativ za većinu kadrova. Nisam koristila studijsku rasvjetu kako bih uhvatila ambijent prostora u kojem se nalazimo te ako je bilo moguće iskoristiti danju svjetlost.



Slika 15 Oprema za snimanje

6.1.2. Ispitanici

Za potrebe ovog rada odabrala sam pet ispitanika za koje smatram da se bave umjetnošću. Svi ispitanici su dobrovoljno sudjelovali u ovom radu i dopustili da se svi snimljeni materijali i prikupljeni podatci koriste u svrhu ovog rada. Ispitanici koji su sudjelovali u ovom radu bave se različitim granama umjetnosti, a to su:

- Sara Kolar, kazališna umjetnost
- Davor Petrak, glazba
- Josip Kolar, slikarstvo
- Elizabeta Kantoci, kukičanje
- Dragica Kantoci, unikatni modni detalji od tekstila

Ispitanici su tijekom intervjua odgovarali na pitanja navedena u poglavlju *6.1. Proces stvaranja intervjua i videa.* Nakon tog dijela ispitanici su imali mogućnost dodati osobni komentar, mišljenje ili dati osvrt na pitanja iz intervjua. Mjesta iz kojih su ispitanici nalaze se unutar Krapinsko-zagorske županije, a to su Hum na Sutli, Kostel i Pregrada. Na početku svakog intervjua ispitanicima je bio objašnjen koncept ovog rada i pojmovi koji su prethodno opisani u teoretskom djelu rada.

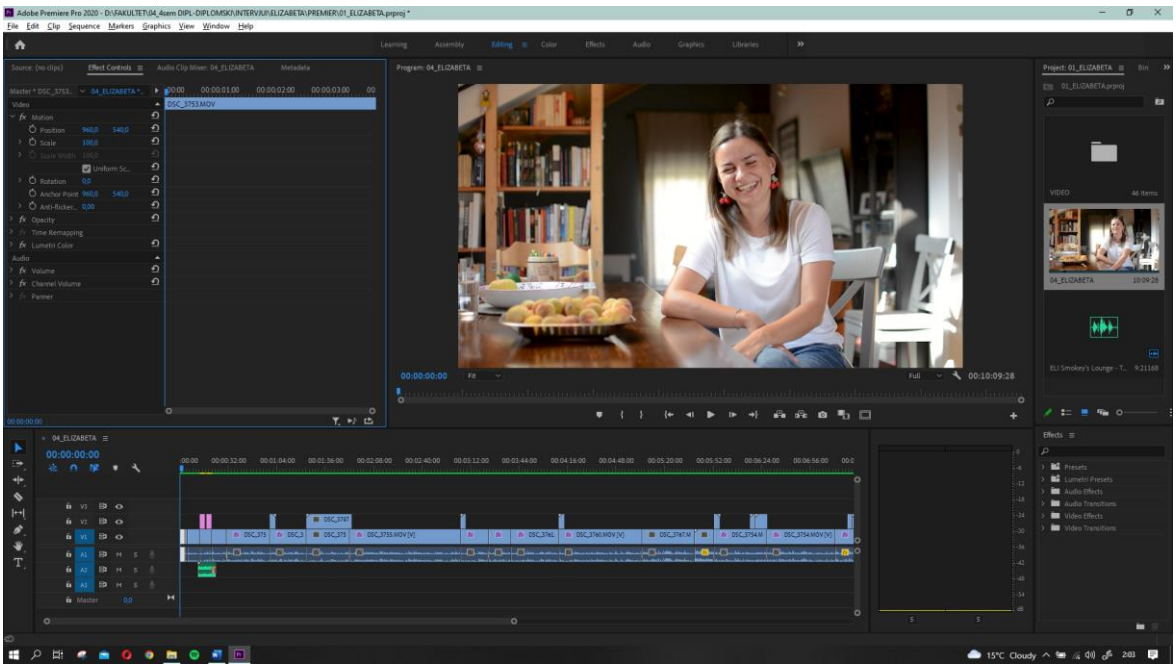
Intervju je doprinio tome da se, osim umjetnika i umjetnosti, gledatelju približe i mogućnosti. Smatram da su karakteri svakog od ovih ispitanika na svoj način zanimljivi i da se, kakav god gledatelj bio, može pronaći u barem jednom od njih.

6.1.3. Montaža videa

Nakon snimanja odradila sam montažu video uradaka. Svaki video imao je sličnu formu. Kroz prve kadrove predstavljeni su ispitanici. Slijedi najavna špica naziva *Umjetnost kao potreba* i broj epizode s nazivom ispitanika, odnosno, umjetnika. Montažom sam postigla dinamičnost kombinirajući kadrove iz intervjua i razne kadrove spontanih situacija, predmeta, prostora i okoline. Na kraju svake epizode nalaze se dodatni podatci. Epizode su u trajanju od 10 do 15 minuta. Fontove koje sam koristila su Laviossa i Poppins, prikazani su u poglavlju *Dizajn*.

Program koji sam koristila za montiranje video zapisa je Adobe Premier Pro 2020. Odabrala sam taj program jer nudi dobar spektar mogućnosti za manipulaciju slike i zvuka.

Za svaku epizodu koristila sam prethodno snimljene videozapise o ispitanicima. Svaka epizoda ima najavnu i odjavnu špicu koja je uz naziv popraćena i zvukom, odnosno, glazbom. Glazbu sam preuzela s online YouTube Audio zbirke. YouTube Audio zbirka je stranica na kojoj se može pronaći glazba i razni zvukovi koji su slobodni za korištenje i mogu se koristiti za uređivanje videozapisa i sl. Kod odabira glazbe bilo je važno prilagoditi glazbu karakteru umjetnika i karakteru cijele epizode općenito. Kroz montažu sam imala mogućnost prilagoditi intervju, eliminirati greške i stvoriti jednu smislenu cjelinu od svih videozapisa.

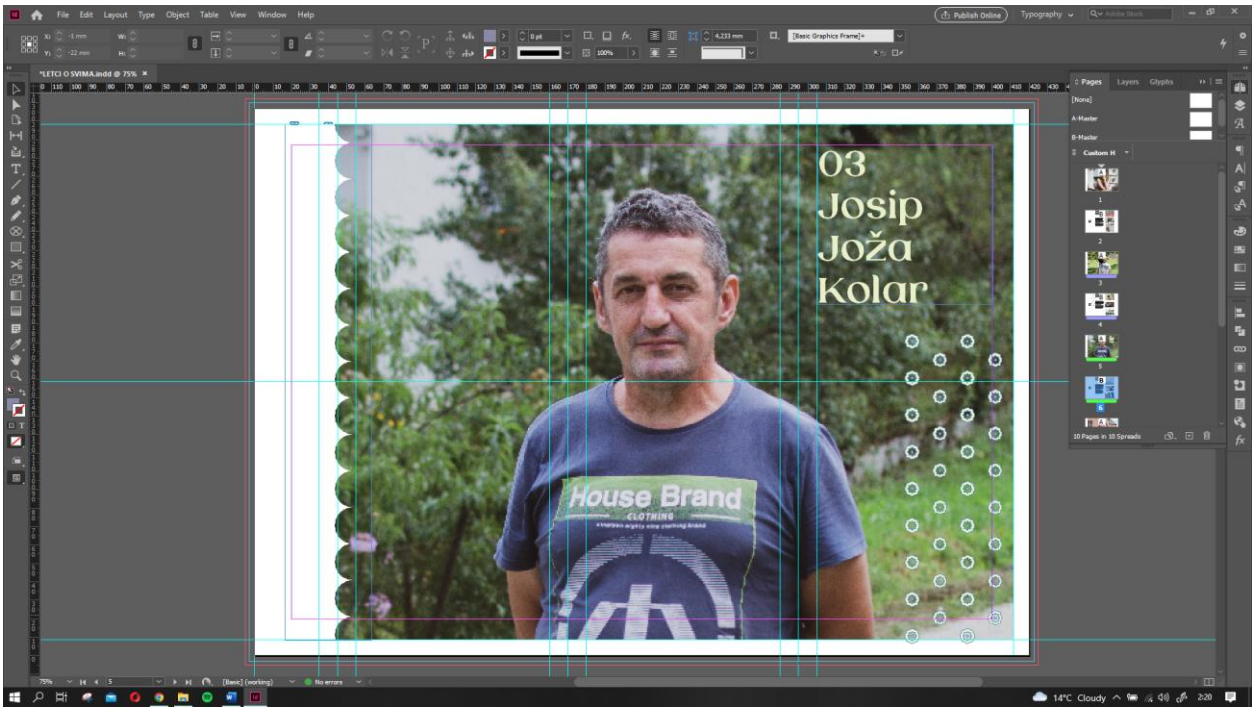


Slika 16 Prikaz ekrana za vrijeme montiranja u programu

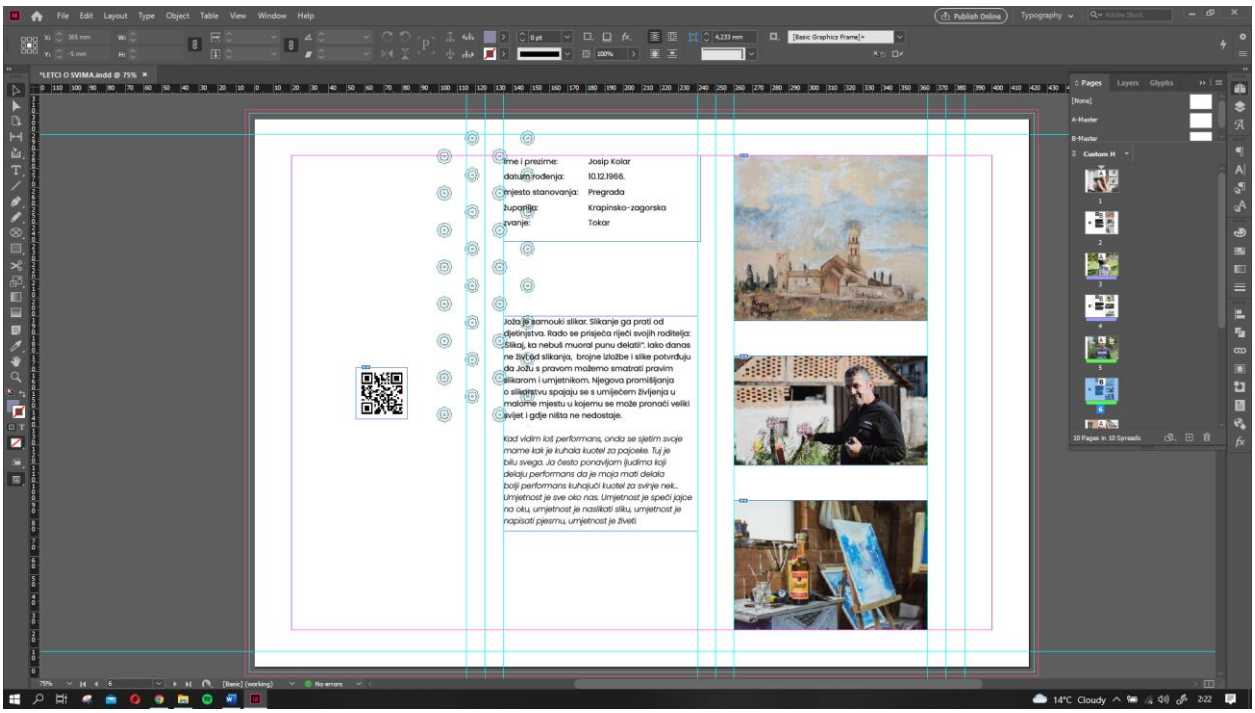
6.2. Proces izrade kataloga

Epizode i cijeli proces intervjua odlučila sam upotpuniti i fizičkim tiskanim primjerkom. Katalog u ovom slučaju je kratki pregled umjetnika i onoga čime se on bavi. Oblikovano u formi letaka/kataloga, koji se uvezuju u kopči kao kod registratora, stvara eksperimentalnu cjelinu koja u jednu ruku je katalog, jer sadrži skup poglavlja, a u ruku može se u potpunosti rastaviti i svako poglavlje se može gledati kao jedna cjelina. Programe koji sam koristila za dizajn i prijelom su Adobe InDesign 2020 i Adobe Illustrator 2019.

Svaki letak s jedne strane prikazuje portret umjetnika, a s druge strane prikazuje njihove osnovne podatke. Ispod osnovnih podataka stoji kratak tekst koji je osvrt na samog umjetnika, a na kraju se nalazi i umjetnikov citat koji je transkribiran iz intervjua. Pored teksta nalazi se i QR kod koji je poveznica na epizodu i na taj način se povezuju.



Slika 17 Prva strana letka prikazana u programu Adobe InDesign



Slika 18 Druga strana letka prikazana u programu Adobe InDesign

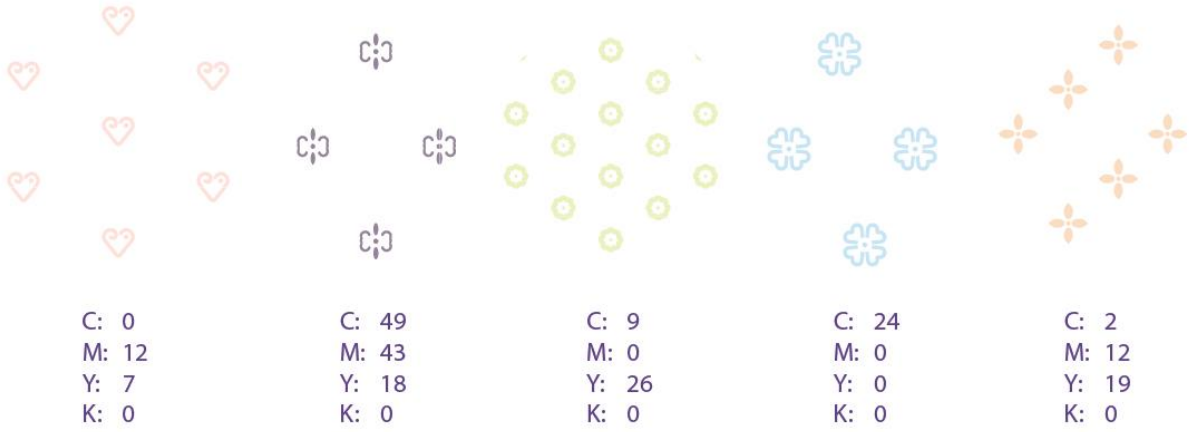
6.2.1. Dizajn

Baza za dizajn bile su fotografije, odnosno, portreti umjetnika. Ovaj rad govori o umjetnicima iz Hrvatskog zagorja. Kako bi duh toga bio prisutan kroz cijeli rad odlučila sam da ću koristiti motive koji podsjećaju na Zagorje. Odlučila sam se za motive koji se nalaze na tradicijskim zagorskim igračkama koje su prepoznatljive i koje su 2009. godine uvrštene na UNESCO-vu listu nematerijalne baštine. [26]



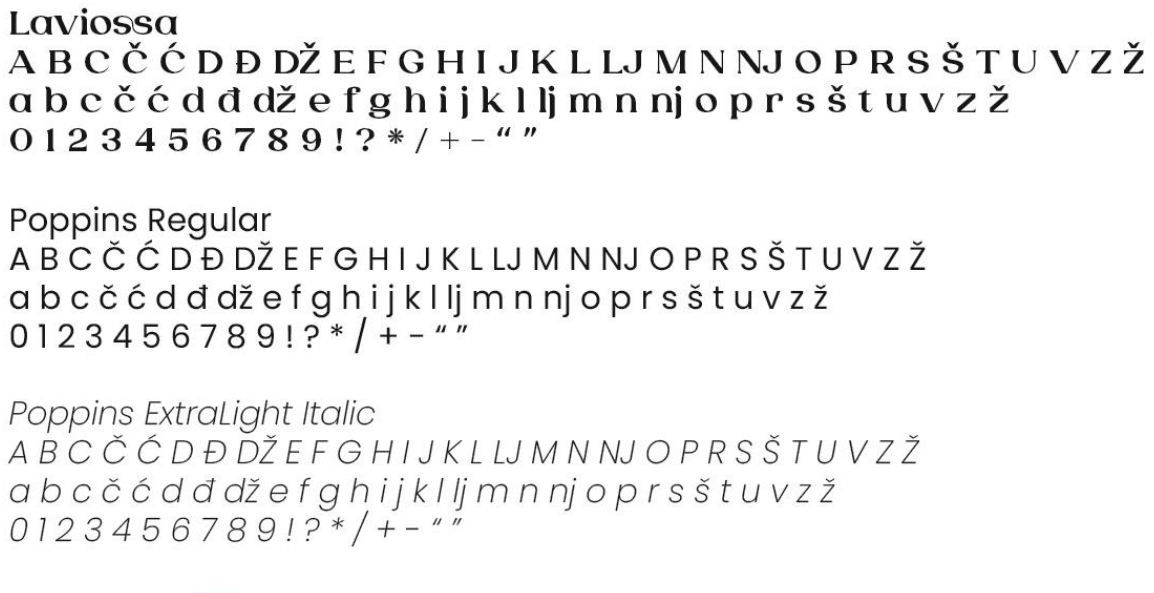
Slika 19 Zagorske drvene igračke

Na tim igračkama možemo primijetiti da se većinom koriste oslikavanjem cvjetnih motiva i motiva srca. Ostali prikazani oblici jednostavni su, izvedeni iz jedne linije. Tako sam odabrala slične motive koje sam stilizirala i napravila uzorak. Napravila sam pet uzoraka pošto sam htjela da svaki umjetnik ima svoj uzorak koji će pridonijeti kodiranju svakog umjetnika. Svaki uzorak drugačije je boje. Boje koje sam koristila su, za razliku od izvornih boja s drvenih igračaka koje su žarke, neutralne i pasivne. Odabrala sam takve boje kako one ne bi smetale na prvoj strani letka i kako ne bi odvlačile pažnju s portreta, već se dobro uklapaju i čine skladnu cjelinu.



Slika 20 Uzorci i boje uzoraka u CMYK-u

Pri dizajniranju kataloga koristila sam dvije tipografije, Laviossa (serif) i Poppins (sans serif). Tipografije koje sam odabrala međusobno čine skladnu kombinaciju. Serifni font koristila sam u naslovima, na prvoj stranici kataloga. Sans serifni font koristila sam u tekstovima, kako bi bili jasniji i jednostavniji za čitanje. Font Poppins sam koristila u dva reza, Regular i ExtraLight Italic, kako bih razdvojila pisani tekst i transkripciju govora iz videa o umjetnicima.



Slika 21 Fontovi korišteni u radu

U katalogu se na unutarnjoj strani nalazi QR kod. Link vodi na YouTube popis za reprodukciju na kojem se nalaze video intervjui svih umjetnika. QR kod napravila sam pomoću online aplikacije za izradu QR kodova. [27]

Slika 22 QR kod, link na video intervjue

Podatci koji su prezentirani u tiskanom obliku prezentirani su na formatu A3 papira koji je presavijen na dva mjesta te se preklapa u obliku slova *Z*. S lijeve strane ostavljeno je mjesta kako bi se mogle izbušiti rupe širine registarskog prstena, primjer na slici 23 i ostalim primjerima.



Slika 23 Uvez kataloga







Slika 24-26 Izgled kataloga u konačnici



Slika 27 Izgled kataloga u konačnici

7. Zaključak

Kroz ovaj projekt istraženo je kakav je položaj umjetnosti u suvremenom društvu. Tematski sam ograničila istraživanje na područje Hrvatskog zagorja. Hrvatsko zagorje je područje koje je svojim većim dijelom ruralno i na kojem je umjetnost često sekundarni odabir kao zanimanje. Istraživanja koja sam provela, anketa i intervjui, otvorili su nova neistražena područja. Teoretski dio bio je priprema za praktični dio. Imajući dobru podlogu, lakše sam mogla odraditi praktični dio, jer sam imala konkretne primjere iz povijesti i znanosti koje sam mogla predstaviti ispitanicima. Za ispitanike sam pripremila pitanja koja su ih vodila kroz intervju. Intervjui su bili odličan izbor kao sredstvo pomoću kojeg bismo se mogli približiti umjetniku, a isto tako umjetnika približiti nama. Kroz same intervjue i razgovore s ispitanicima otvorile su se nove ideje i proširilo se područje istraživanja koje sam odlučila zabilježiti. To zapravo i je ono što sam htjela dobiti iz ovog rada. Razmišljajući o tome kako predstaviti ne samo umjetnike već i identitet područja Hrvatskog zagorja, u kojem predstavljeni umjetnici žive, dovelo me do zanimljivih rješenja. Dizajnirajući katalog, osim fotografija i teksta, stvorila se potreba za još jednim segmentom koji bi pridonio vizualnom dijelu. Tako su nastali uzorci koji su svojom jednostavnošću dizajn kataloga i ovog projekta podigli na novu razinu. Video intervjui, u današnjem svijetu u kojem dominiraju društvene mreže i video sadržaji, odličan su format za predstavljanje umjetnika. Na taj način sadržaj je moguće vidjeti u dva oblika, fizičkom obliku i u drugom obliku u kojem ga možemo dijeliti pomoću linka na internetu. Važno je zaključiti da je bitno stvoriti mrežu umjetnika kako bi oni mogli sudjelovati, stvarati i biti dio zajednice. Ovaj projekt samo je korak u ostvarenju tog cilja.

Sveučilište Sjever

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Dora Kolar *(ime i prezime)* pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica [redacted]g/diplomskog *(obrisati nepotrebno)* rada pod naslovom Dizajn kataloga i produkcija videa - Umjetnost kao potreba *(upisati naslov)* te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
Dora Kolar
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnost i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Dora Kolar *(ime i prezime)* neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog *(obrisati nepotrebno)* rada pod naslovom Dizajn kataloga i produkcija videa - Umjetnost kao potreba *(upisati naslov)* čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)
Dora Kolar
(vlastoručni potpis)

8. Literatura

[1] J. Damjanov, *Likovna umjetnost II. dio*. Zagreb: Školska knjiga, 1981.

[2] "Hrvatska enciklopedija." [Online]. Available: https://www.enciklopedija.hr/umjetnost.

[3] C. Frontisi, *Povijest umjetnosti*. Zagreb: Veble commerce, 2003.

[4] I. Paraščić, "O institucijskoj teoriji umjetnosti," *Prolegomena*, vol. 7, no. 2, pp. 181–203, 2008.

[5] I. Perkov and P. Šarić, "Self-representation on social networks," *Filoz. Istraz.*, vol. 41, no. 3, pp. 627–638, 2021, doi: 10.21464/fi41310.

[6] D. Vuksanovi, "Mediji kao umjetnost," vol. 2, no. 3, pp. 264–275, 2013.

[7] "FLUXUS." [Online]. Available: https://www.tate.org.uk/art/art-terms/f/fluxus.

[8] "Grupa šestorice autora." https://www.avantgarde-museum.com/hr/museum/kolekcija/grupa-sestorice-autora~pe4571/.

[9] S. Stilinović, *Neču*. Zagreb: DAF, 2017.

[10] K. Praznik, "Artists as Workers the Undoing of Yugoslav Socialism and the Politics of Unpaid Artistic Labor," *Soc. Text*, vol. 38, no. 3, pp. 83–115, 2020, doi: 10.1215/01642472-8352259.

[11] "Podroom." https://digitizing-ideas.org/en/explore/podroom.

[12] D. Grlić, "Čemu umjetnost," *Ser. Libr.*, vol. 53, no. 1–2, pp. 191–201, 2007, doi: 10.1300/J123v53n01_15.

[13] "Daft Punk - Giorgio by Moroder." https://www.youtube.com/watch?v=zhl-Cs1-sG4.

[14] E. R. Pulgar, "THE SOUND OF THE FUTURE: IN CONVERSATION WITH GIORGIO MORODER," *V Magazine*, 2017. https://vmagazine.com/article/giorgio-moroder-interview/.

[15] "HGF." http://hgf-zabok.net/povijest/.

[16] "Sve što trebate znati o algoritmu Instagrama." https://www.arbona.hr/blog/drustveni-marketing/sve-sto-trebate-znati-o-algoritmu-instagrama/3119.

[17] "DIY." [Online]. Available: https://www.britannica.com/dictionary/DIY.

[18] D. Škrbina, *Art terapija i kreativnost*. Zagreb: Veble commerce, 2013.

[19] "Kvalitativno istraživanje." https://hr.wikipedia.org/wiki/Kvalitativno_istraživanje.

[20] "Kreativnost." [Online]. Available: https://www.enciklopedija.hr/kreativnost.

[21] L. Arar and Ž. Rački, "Priroda kreativnosti," *Psihol. teme*, vol. 12, no. 1, pp. 3–22, 2003, [Online]. Available: http://hrcak.srce.hr/12733.

[22] “Grad Pregrada.” https://hr.wikipedia.org/wiki/Pregrada.

[23] J. Reeve, *Razumijevanje motivacije i emocija*. Jastrebarsko: Naklada slap, 2010.

[24] “Amater.” [Online]. Available: https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=2134.

[25] “Milanote.” https://milanote.com/.

[26] “Drvene igračke i licitari.” https://visitzagorje.hr/drvene-igracke-licitari/.

[27] “QR generator.” https://app.qr-code-generator.com/.

9. Popis slika

Slika 1 Špiljski crteži iz Altamire

Izvor: https://en.wikipedia.org/wiki/Cave_of_Altamira

Slika 2 Paukova mreža i Paška čipka

Izvor: https://www.otok-pag.hr/tours/paska-cipka/PG-TR-129 ,

https://en.wikipedia.org/wiki/Spider_web

Slika 3 Fontana, iz časopisa The Blindman

Izvor: https://en.wikipedia.org/wiki/Fountain_(Duchamp)

Slika 4 Ovo nije moj svijet, fotodokumentacija akcije

Izvor: https://www.avantgarde-museum.com/hr/museum/kolekcija/grupa-sestorice-autora~pe4571/

Slika 5 Štandovi raznih umjetnika koji stvaraju u kućnoj radinosti, pored HGF-a, ReGarden, Zabok

Izvor: https://www.facebook.com/zcukregenerator

Slika 6 Primjer DIY naslova koji poziva na pokušaj sudjelovanja

Izvor: https://www.instructables.com/DIY-Gold-Acrylic-Abstract-Painting/

Slika 7 Instagram profili koji su primjer uspješnog korištenja društvenih mreža u svrhu promoviranja svog rada

Izvor: Osobna arhiva

Slika 8-11 Anketni upitnik

Izvor: Osobna arhiva

Slika 12 Improvizirana pozornica „Pre Kapelici“

Izvor: Osobna arhiva

Slika 13 Scena iz epizode „Stani v Zagorju“

Izvor: https://www.zagreb.info/ritam-grad/poslastica-za-gledatelje-dokumentarna-serija-stani-v-zagorju-od-ponedjeljka-na-htv2/440466/

Slika 14 Aplikacija Milanote

Izvor: Osobna arhiva

Slika 15 Oprema za snimanje

Izvor: Osobna arhiva

Slika 16 Prikaz ekrana za vrijeme montiranja u programu

Izvor: Osobna arhiva

Slika 17 Prva strana letka prikazana u programu Adobe InDesign

Izvor: Osobna arhiva

Slika 18 Druga strana letka prikazana u programu Adobe InDesign

Izvor: Osobna arhiva

Slika 19 Zagorske drvene igračke

Izvor: 12. https://tehnika.lzmk.hr/igracke/

Slika 20 Uzorci i boje uzoraka u CMYK-u

Izvor: Osobna arhiva

Slika 21 Fontovi korišteni u radu

Izvor: Osobna arhiva

Slika 22 QR kod, link na video intervjue

Izvor: https://app.qr-code-generator.com/

Slika 23 Uvez kataloga

Izvor: Osobna arhiva

Slika 24-27 Izgled kataloga u konačnici

Izvor: Osobna arhiva