

СОНДИРАЊЕ ДИЗАЈН СЦЕНЕ У СРБИЈИ: АНАЛИЗА СТАЊА НА ДИЗАЈН ТРЖИШТУ РАДА И МОГУЋНОСТИ УНАПРЕЂЕЊА ДИЗАЈН СЦЕНЕ У СРБИЈИ

Јелена Р. ДРОБАЦ

Драгана Д. ГАРДАШЕВИЋ

Предраг А. МАКСИЋ

Академија техничких струковних студија Београд

Одсек Београдска пољопривредна академија, Београд, Србија

<https://doi.org/10.18485/smartart.2022.2.2.ch26>

Апстракт: Свака дефиниција дизајна ризикује да буде непотпуна и непрецизна, понајвише јер дизајн представља изузетно обимно и комплексно поље људског деловања у политичком и друштвеном контексту. Више од десет година није спроведено ниједно обимније истраживање дизајн сцене у Србији као издвојене области. Циљ овог рада су преглед и анализа стања на дизајн тржишту које се односи на ниво формалног дизајн образовања, запослење, ниво задовољства окружењем и могућностима унапређења дизајн сцене у Србији. У ту сврху састављен је упитник који садржи четири целине које укључују тридесет питања која се односе на податке о демографији, врсти и степену образовања, статусу испитаника, дужини рада у области дизајна, послодавцима, пласману ауторског рада, и слично, као и питања која укључују чланство, врсте, мишљења о предностима и недостацима, задовољству бројем семинара, видљивошћу и препознатљивошћу, аспектима и слично. Уз наведено, испитаници су у оквиру истог упитника изражавали и ниво задовољства окружењем и могућностима унапређења дизајн сцене у Србији. Подаци добијени на узорку од 214 испитаника обрађени су у програмском пакету СПСС, применом одговарајућих статистичких алата. Стратегија истраживања базирана је на комбинацији квалитативних и квантитативних метода. У циљу прегледа добијених резултата истраживања примењена је дескриптивна статистика, док је за оцену задовољства испитаника коришћена Ликертова скала. Анализа варијансе је коришћена за испитивање разлике у мишљењима међу различитим групама испитаника. Упитник састављен тако да обухвата све потребне информације о стању дизајн сцене омогућио је прављење свеобухватног пресека стања дизајн сцене у Србији, што има велик значај за планирање даљег развоја и унапређења у оквиру постојећих могућности, као и правце даљег развоја дизајна и образовања у пољу дизајна.

Кључне речи: дизајн, струка, статистичка анализа, образовање.

УВОД

Дизајн је обимно и комплексно друштвено поље деловања. Није реч само о пољу обликовања употребних предмета и слика, већ се ради о пољу у коме дизајн представља савршено коло производње и потрошње. Када се у литератури говори о дизајну мисли се на праксу производње материјалне културе, односно света индустријски произведених функционалних и естетичних предмета и слика. До данас су разматране многоструке улоге дизајна у различитим политичким, друштвеним и историјским контекстима. Сматра се да дизајн доприноси развоју друштва, животне околине, културе и економије, те је последица тог доприноса квалитетнији живот садашњих генерација и оних које долазе. Дизајн се бави естетиком окружења, појединца и становништва уопште. Циљ дизајна је спровођење идеје о здравијем, функционалнијем, срећнијем и лепшем животу људи. Самим тим, дизајн носи глобалну одговорност за изградњу одрживог друштва.¹

Расправа о дизајну, у било ком контексту, сложена је због почетног проблема који изазива сама реч, а која има много значења. Да ова студија додатно не би доприносила конфузији, предлог је да дизајн у њој буде дефинисан – у потпуности огољен до своје суштине – као способност људи и пракса креирања и обликовања материјалног света на начин који нема преседана у природи, како би људској врсти дао смисао квалитетног живљења и служио њеним како материјалним тако и духовним потребама.²

Дизајн се уплиће у друштвене односе. Колико год то дизајнери желели, они ипак не контролишу како корисник чита, интерпретира и користи предмете, слике или просторе. Култура дизајна се дефинише као процес културолошког дијалога, форум канала као што су магацини, научне конференције, свакодневни говор о дизајну који глобално повезује актере који комуницирају и оправдавају своје активности. Култура дизајна има својства агента, оног који додатно покушава да реформише циљеве, праксе и ефекте дизајна усмерене ка већој социјалној и просторној добробити.³ Култура дизајна је још и пракса стварања вредности. Она представља и концептуални дах који иде преко традиционално коришћених схватања иновације и квалитета. Култура дизајна има улогу у креирању и артикулацији вредности, структурирању информација и формирању свакодневног живота.⁴

Џулијер (*Guy Julier*) је дефинисао професију дизајнера као појединца који има задатак да креира додатне вредности – комерцијалне, социјалне, културне, политичке и симболичке вредности. Џулијер издваја три елемента преко којих се дизајн може анализирати – то су вредност, оптицај и друштвена пракса. Вредности које производи култура дизајна не подразумева само добар дизајн, већ и креирање вредности које собом носе нематеријалне и материјалне контексте. Креативно деловање производи артефакте увећаних вредности. Оптицај је систем елемената који подупиру и обликују продуктивне процесе културе дизајна, укључујући доступне технологије, људске факторе и факторе околине. У оптицаје још спадају и утичу на конституисање културе дизајна: мрежа знања, правни оквир, политички процеси, флукуације тржишта и фискална политика. Друштвена пракса подразумева специфични тип и распон активности, које

1 N. Cross, "Forty years of design research", *Design Studies*, Vol 28, 2007, 14.

2 H. Foster, "ABCs of Contemporary Design", *October*, 2002, 191–199.

3 J. Guy, "From Visual to Design Culture", *Design Issues*, Vol 22, No. 1, 2006, 64–76.

4 V. Margolin, *The politics of The Artificial: Essays on Design and Design Studies*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 2002.

се још могу означити као поља. Различите праксе имају своја правила деловања. Култура дизајна захтева од посматрача да анализира ствари које се налазе испод визуелних и материјалних атрибута, и да затим размотри компликоване мреже креације, манифестације и значења. Са ове тачке гледишта може се јасније разумети улога дизајна као професије у ширем контексту.

У оквиру дизајна стварају се производи додатних вредности који потпадају под шире поље економског деловања које се у литератури назива поље креативних индустрија. У сектор креативних индустрија спадају адвертајзинг, архитектура, тржиште уметности и антиквитета, рачунари и видео игре, занатство, модни дизајн, филм и видео, музика, извођачке уметности, издаваштво, софтвер, телевизија и радио, и дизајн. Анди Прат (*Andy Pratt*) је истраживао природу креативних индустрија (филм, нови медији, позориште, галерије, музика, дизајн и адвертајзинг), као и важне блискости и разлике међу њима. Он наводи да су креативне индустрије оне које производе високи ниво естетског и симболичког садржаја, а у вези су са њиховим функционалним или утилитаристичким особинама.⁵ Креативне индустрије се ослањају на захтеве конзумента како би створили угодно окружење и особене производе, а у циљу забаве, самоафирмације и друштвеног приказивања, парадирања, и излагања. Креативне индустрије побуђују препознатљивост и генеришу маркетиншке продукте са ефемерним и недостижним квалитетима: гламур стила и тренда. Уз то, креативне индустрије у свој склоп увлаче широки спектар хибридних индустрија, као, на пример, кулинарство, односи с јавношћу, туризам, индустрија наслеђа, фризура, шминка, дизајн накита, веб-дизајн, као и неформалне креативне активности попут графита.

У литератури се наводи да се креативне индустрије заснивају на међудисциплинарности дизајна. Међудисциплинарност је подстакнута професионалном екологијом која се остварује у оквиру градова. Она се негује успоставом брэнда, затим жељом дизајнера да изврше већу интеграцију продукта, графичким и ентеријерским дизајном, како би креирали што кохерентнију целину у виду дизајнерског решења.⁶ Таква претпоставка одражава се на својеврстан хабитус дизајнерске заједнице, њиховог начина живота, музике којој су наклоњени, естетике, декора и одеће коју носе, и све ово као по правилу рефлектује се као афинитет за нечим што је *cool*, на ивици, и нео-боемског. Изнете теорије се могу узети као оквир за схватање и разумевање резултата истраживања које ће бити представљено у овом раду, а у складу са светским трендовима који се преливају на српско друштво и културу.

ЦИЉ И ПОТРЕБА ЗА СОНДИРАЊЕМ ДИЗАЈН СЦЕНЕ У СРБИЈИ

Дизајн се обично не доживљава као издвојена, засебна област деловања у оквиру привреде Републике Србије. Дизајн се на просторима бивших југословенских република деценијама, готово традиционално, сврставао у поље примењених уметности,⁷ па отуда имамо удружења попут Удружења ликовних уметника примењених уметности и дизајнера Србије (основано 1953. године) и Удружења ликовних уметника примењених уметности и дизајнера Војводине (основано

5 A. C. Pratt et P. Jeffcutt, *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*, Routledge, London and New York, 2009.

6 A. J. Scott, *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*, Oxford University Press, Oxford, 2008.

7 F. Vukić, *Od oblikovanja do dizajna: teorija i kritika projektiranja za industrijsku proizvodnju*, Meandar, Zagreb, 2003.

1964. године) или високошколске установе попут Факултета примењених уметности (основаног 1948. године) и Високе школе ликовних и примењених уметности (основане 1987. године). Последњих деценија препознаје се тенденција државних органа да се дизајн сврста у креативне индустрије, па тако при Привредној комори Србије имамо Удружење за креативне индустрије, док је Влада Републике Србије 2018. године основала Савет за креативне индустрије.⁸ При Савету постоји један број истакнутих личности који су одабрани да представљају Србију и носе титулу Креативних амбасадора, а тек након три године је један дизајнер одабран да понесе ту титулу, а то је Бранко Лукић. На први поглед се може учини да је оваква подела у домену лингвистике и номенклатуре, а заправо се ради о великој разлици у суштинској позицији дизајна и културне политике.

Земље које су схватиле значај дизајна махом су после Другог светског рата оснивале центре за дизајн и савете за дизајн, како би једна таква јасна структура убрзано помогла развоју привреде и друштва, па је тако 1944. формиран британски *Design Council*, немачки *Rat für Formgebung* (1949), јапански *JIDPO* (1960), скандинавски *Danish Design Center* (1978), *Norsk Designråd* (1963) и најстарији *Design Forum Finland* (1875), аустријски *Design Austria* (1928) и слично. Паневропски дизајн центар се зове *BEDA – Bureau of European Design Associations*, формиран је 1969. године под патронатом Европске уније са седиштем у Бриселу. Иако је то вишедеценијска пракса у свету коју су поставиле и прате најразвијеније привреде света, једини пут кад је дизајн био посматран као аутономна област у Србији је било у првој декади 21. века кад је основан портал dizajnsrbija.org уз подршку *USAID*-а УНДП и кад је 2008. године објављено истраживање *Креативне индустрије, дизајн и конкуренцијски: Проактивни приступи*. Након овог горепоменог истраживања⁹ није урађено нити једно опсежније истраживање о положају, ставовима и проблемима дизајна, као праксе, у Републици Србији.

Циљ истраживања које смо назвали *Сондирање дизајн сцене* је управо било да се продубе сазнања о дизајнерима-практикантима, али и да се скрене пажња на битност дизајна као издвојене области, да се чују потребе и проблеми дизајн заједнице како би се јасније кренуло у структурирање и систематизацију ове области и модернизацију образовања.

МЕТОДОЛОГИЈА

Како је последње истраживање на ову тему изведено пре више од једне деценије,¹⁰ циљ овог рада јесте анализа садашњег стања на тржишту рада из области дизајна. Како је прошло преко тринаест година од УНДП публикације и истраживања Кристине Микић под називом *Креативне индустрије, дизајн и конкуренцијски: Проактивни приступи*, доста налаза, технологија, образовних механизма и приступа у дизајну се променило. Савремени дизајн захтева од посматрача да анализира ствари које се налазе испод визуелних и материјалних атрибута, те да размотри компликоване мреже креација, манифестација и значења. У том смислу као индикатори стања разматрани су: ниво формалног дизајн образовања, запослење, ниво задовољства окружењем и могућностима унапређења

⁸ Одлука о оснивању Савета за креативне индустрије: 23/2018-17, 25/2018-40, 52/2018-8, доступно на: <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/odluka/2018/23/6/reg>

⁹ К. Микић, *Креативне индустрије, дизајн и конкуренцијски: Проактивни приступи*, Центар за европске интеграције, Србија, 2008.

¹⁰ Исто.

дизајн сцене у Србији. Састављен је упитник који садржи четири целине са укупно тридесет питања која се односе на податке о демографији, врсти и степену образовања, статусу испитаника, дужини рада у области дизајна, послодавцима, пласману ауторског рада, и слично, као и питања која укључују чланство, врсте, мишљења о предностима и недостацима, задовољству бројем семинара, видљивошћу и препознатљивошћу, аспектима и слично. Како је циљ овог истраживања испитивање задовољства и његове везе од различитих демографских варијабли, упитник је конструисан тако да је од испитаника тражено да изражавају и ниво задовољства окружењем и могућностима унапређења дизајн сцене у Србији.

Студија се састојала из три фазе: прве, у оквиру које су идентификована карактеристична питања за упитник; друге, у оквиру које је састављан упитник у Гугл форми, и треће, у оквиру које је вршена дисеминација упитника путем електронске поште у циљу добијања жељених информација. Како би се добио што релевантнији резултат, у другој фази је направљена анализа уметничких и дизајнерских образовних институција и удружења у свих шест административних региона Републике Србије. Упитници су послати високошколским установама (попут ФПУ, ФИЛУМ, Академији уметности Нови Сад, Факултету уметности у Нишу, Факултет уметности у Косовској Митровици, ВШЛПУ и др.), као и професионалним удружењима (УЛУПУДС, УПИДИВ, Удружења дизајнера Србије) како би проследили својим алумнијима, наставницима и члановима. Поред тога, истраживањем су обухваћени и дизајнери који својом праксом припадају српској дизајн сцени, иако им место пребивалишта није у Републици Србији. Добијени подаци су обрађени у програмском пакету СПСС, применом одговарајућих статистичких алата. Стратегија истраживања базирана је на комбинацији квалитативних и квантитативних метода. Анализа варијансе је коришћена за испитивање разлике у мишљењима међу различитим групама испитаника. Треба напоменути да репрезентативност узорка у смислу процентуалног учешћа није била могућа, на основу чињенице да не постоји уређено стање у смислу чланстава и регистра броја чланова који се баве дизајном у траженом смислу, те је у овом истраживању спроведена анализа добијеног онлајн узорка, који се у контексту оваквог стања на дизајн сцени у смислу бројности може сматрати случајним. Аутори нису успели да дођу ни до јасних бројева чланова удружења из ових области како ни до неке јасније структуре и бројности дизајнера на нашем тржишту.

АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА

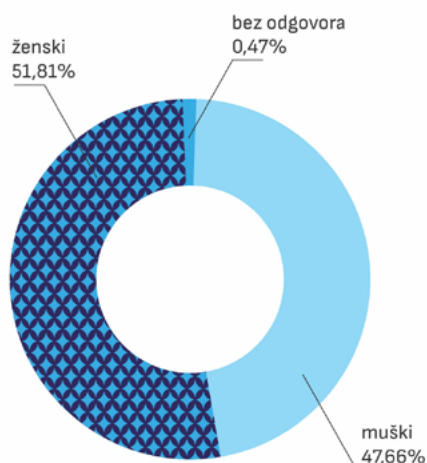
Како су аутори овог рада наставници на академији струковних студија, од посебног интереса је било испитати стање дизајн сцене, у смислу свеобухватније анализе и осавремењивања наставног садржаја на студијском програму за дизајн и даљег развоја смера за дизајн. Упитник је спроведен у периоду од априла до новембра 2020. године. У условима изазваним појавом Ковида-19, упитник је дељен електронским путем, са намером да се обухвати што шири опсег дизајн сцене, у односу на потребу да се допре до што већег броја дизајнера.¹¹ Анализа резултата је базирана на дескриптивној статистици.¹² Узорак чини 214 испитаника са старосном структуром.

¹¹ T. R. Rider, *Education, environmental attitudes and the design professions* (a master thesis), the Faculty of the Graduate School of Cornell University, 2005.

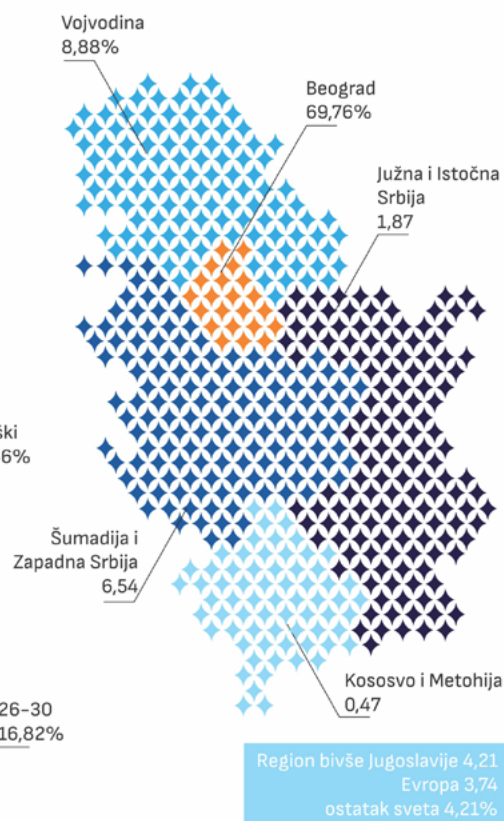
¹² Д. Гардашевић, и В. Радивојевић, *Примењена статистика – решени задаци применом рачунара*, ВШСС Београдска политехника, Београд, 2020.



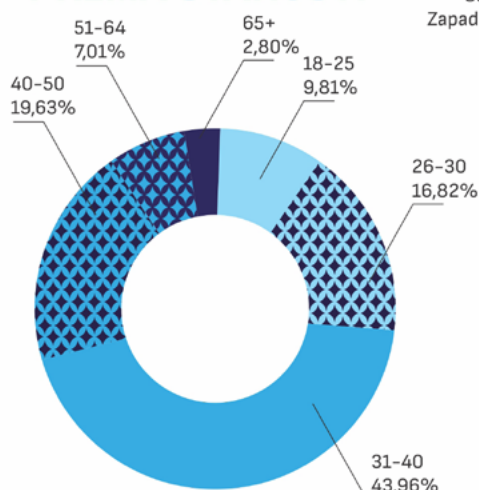
PREMA POLU



PREMA REGIONU



PREMA STAROSTI



DIZAJN U SRBIJI: DEMOGRAFIJA

Сл. 1

Може се приметити да је већина испитаника (Сл. 1) из старосне групе од 31 до 40 година (приближно 44%), испитаници из групе од 26 до 30 година и они стари од 41 до 50 година су приближно подједнако распоређени у узорку (око једне петине), као и они из групе 18–25 и групе 51–64 године (око једне дванаестине), док је најмање испитаника најстарије животне доби (преко 65 година). Дакле, структура испитаника је скоро симетрична у односу на животну доб. У погледу полне структуре, заступљеност је приближно једнака, уз напомену да је заступљеност жена незнатно већа и износи 51,87% у односу на 47,66% мушкараца. Један испитаник (0,47%) се није изјасно по питању пола.

У погледу територијалне распрострањености (Сл. 1), подручје од интереса је подељено у девет региона: Војводина, Београд, Шумадија и Западна Србија, Јужна и Источна Србија, Косово и Метохија, регион бивше Југославије, Европа, остатак света.

Процентуално најзаступљенији регион је „Београд”, што је и очекивано у односу на број становника главног града Републике Србије, а тиме и центра бављења и пласирања дизајна у региону. Најмање испитаника је из региона „Косово и Метохија” (свега 0,49% у укупној заступљености), док су испитаници из региона „бивша Југославија”, „Европа” и „остатак света” заступљени подједнако (3,9%) у узорку. У односу на животни стандард у Републици Србији, очекивано најзаступљенији регион после београдског је „Војводина”, са заступљеношћу од 9,27%.

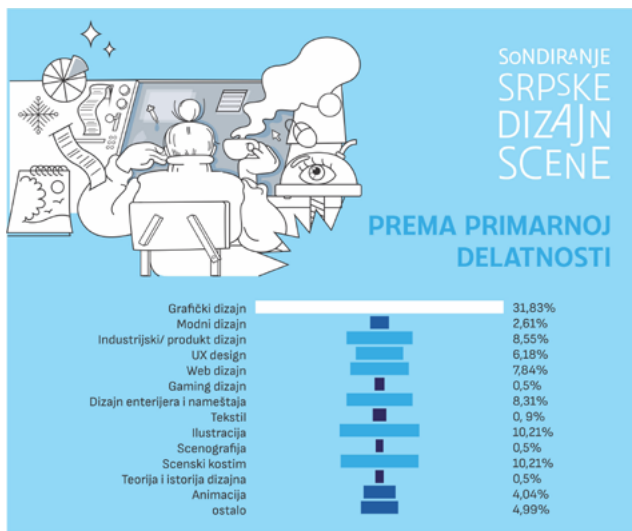
Како било какво планирање у погледу развоја наставног садржаја подразумева анализу пласмана, односно запослења свршених студената у циљу оправданости измена, вршено је наредних неколико подела. Према сфери интересовања, подела је вршена према броју година активног бављења дизајном на тај начин што су испитаници подељени у 5 категорија (Сл. 2).

Може се приметити да је у датом узорку најзаступљенија група испитаника са стажом у дизајну дужине између десет и двадесет година (33%), док је најмање оних који у области дизајна раде мање од две године (5%).

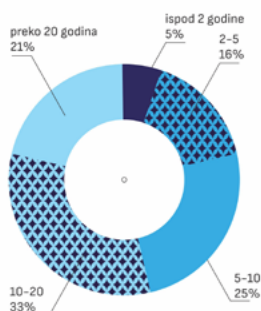
У контексту планирања правца развоја наставног садржаја на одељењу за дизајн, испитивана је структура делатности испитаника. Структура делатности је подељена у четрнаест категорија, у односу на врсту тј. подобласт дизајна која представља примарну делатност испитаника: графички дизајн, модни дизајн, индустријски (продукт) дизајн, дизајн корисничког искуства (UX design), веб дизајн, дизајн игара (gaming design), дизајн ентеријера и намештаја, текстил, илустрација, сценографија, сценски костим, теорија и историја дизајна, анимација, остало.

Може се закључити да се највећи број испитаних дизајнера примарно бави графичким дизајном, што је донекле и очекивано, у односу на пласман ове врсте производа најпре на домаћем тржишту и у посматраним регионима. Графички дизајнери су у узорку процентуално заступљени око једне трећине (31,83%). Остале делатности заступљене су у рангу 2,61–10,21%. Треба приметити да категорију „остало” чини свега 4,99%, као и да су подобласти дизајна везане за употребу дигиталних медија, а које нису обухваћени актуелном номенклатуром нити образовним системом у Републици Србији (UX дизајн – 6,18% и веб дизајн – 7,84%) прилично заступљене у узорку, што је и очекивано услед атрактивности ових подобласти дизајна, услед развоја нових технологија и примена, док је подобласт „Gaming дизајн” примарна за свега једног испитаника, што се може објаснити чињеницом да је ова подобласт дизајна тек у повоју у посматраном региону. Од наведених испитаника, формално образовање је стекло њих 84,58%, док преосталих 15,42% није (Сл. 3).

По питању формалног образовања, образовање испитаника иде од завршене преквалификације за дизајн (курса) па до завршених докторских студија. Расподела испитаника према највишем формалном степењу образовања указује на то да је највећи број испитаника има завршене основне струковне студије и мастер академске студије (по приближно 30%), као и да је број доктора уметности приближно једнак броју магистара (око 8% узорка). Најмању заступљеност у узорку чине испитаници који су завршили само средњу уметничку школу и њих је 0,93%. Ово је донекле очекиван резултат, у односу на чињеницу да се мали број дизајнера бави високим академским и струковним образовањем, за шта је неопходно завршити магистарске и/или докторске студије, док већини



PREMA STAŽU U DIZAJNU

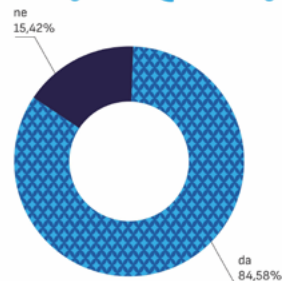


DIZAJN U SRBIJI: DELATNOST

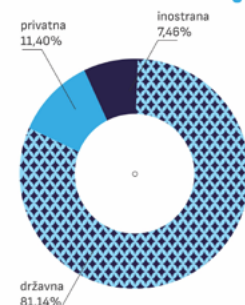
Сл. 2



PREMA FORMALNOM DIZAJN OBRAZOVANJU



PREMA OBRAZOVNOJ INSTITUCIJI



PREMA STEPENU OBRAZOVANJA



DIZAJN U SRBIJI: OBRAZOVANJE

Сл. 3

дизајнера, која се овим послом бави као основним извором зараде, није захтевано образовање више од основних студија. Чињеница да су у узорку најмање заступљени они који имају завршену само средњу уметничку школу може указати на изврстан број дизајнера које су своје накнадно образовање у области дизајна стицали сами, ван званичних курсева и студија у односу на чињеницу да „тенденције у образовању нису пресудне за развој индустрије дизајна, али оне могу послужити као добар оквир за праћење стварања креативних ресурса.”¹³

Како је, за разлику од претходног истраживања овог типа у које су биле укључене само државне установе – факултети и више школе¹⁴, у последње две деценије приметан раст броја приватних институција за образовање дизајнера, што директно указује на пораст интересовања за бављење овом облашћу, било је интересантно испитати расподелу по пореклу институције. По питању типа институције у којој су стекли своје формално образовање, 81,14% долази са државних институција, 11,4% са приватних, док свега 7,46% испитаника је своје образовање стекло на иностраној образовној институцији.

Важан сегмент представља свакако проценат запослења у струци. Од укупно 214 респондената, две трећине је формално запослено (65,9%), док преостала једна трећина испитаника није (34,6%) (сл. 4). У поређењу са стопом незапослености у Републици Србији, која је у четвртном кварталу 2020. године износила

¹³ К. Микић, *нав. дело*.

¹⁴ *Исџо*.

9,9%, према подацима Завода за статистику, овај проценат незапослених дизајнера је изузетно висок¹⁵.

Од укупног броја запослених, њих 44,2% је стално запослено, фриленсере чини око једне петине испитаника (23,1%), док је паушалаца најмање (9,1%). Овај резултат може указати на чињеницу да је у Србији сигурније бавити се дизајном као додатним занимањем, јер проценат фриленсера и паушалаца може указати на несигурност извора прихода у оквиру ове професије.

Стално запослени испитаници су прилично подједнако запослени као фриленсери, у сопственој фирми, студију (биру) и фирми друге делатности (заступљеност у свакој од ових категорија је приближно 15%), док је мањи проценат испитаника запослен у образовном систему (8%) или има и приватну праксу којом се бави уз рад у образовном систему (10%).

У погледу месечних примања на основу бављења дизајном, испитаници најчешће зарађују између 700 и 1200 евра месечно, што указује на исплативост бављења овом професијом (сл. 12). На годишњем нивоу, ова бројка би износила 8400 до 14400 еура, што, у односу на податке добијене у претходном истраживању,¹⁶ који су износили 31000,00 РСД или 5200,00 УСД, указује на знатно бољу плаћеност ове врсте посла. У односу на просечну плату на нивоу Србије, која је у 2020. години износила 60073,00 РСД (месечно) или 720876,00 РСД на годишњем нивоу¹⁷ и у Београду, која је у истом периоду износила 74311,00 РСД на месечном, односно 891732,00 РСД на годишњем нивоу у нето износу¹⁸, може се закључити да су, на нивоу узорка, месечна примања дизајнера већа од просечних у Србији, и крећу се нешто изнад просека за Београд, што је побољшање у односу на претходно истраживање¹⁹, када су се кретала на нивоу београдског просека.

Следећи важан сегмент (Сл. 4) у смислу оцене стања на дизајн сцени у испитиваном подручју представља испитивање задовољства корисника. По питању задовољства испитаника, интересантно је било оценити њихово задовољство у погледу рада удружења коме припадају, разменом информација, бројем семинара који се организују у домену дизајна, препознатљивошћу на тржишту и звањима у домаћем законодавству. У том правцу, за оцену задовољства испитаника је коришћена Ликертова скала, где су у стандардном опсегу уведене оцене: 1 = „изразито незадовољан”, 2 = „незадовољан”, 3 = „нити задовољан нити незадовољан”, 4 = „задовољан” и 5 = „изразито задовољан”. При испитивању задовољства, најпре је оцењена поузданост теста применом Кронбаховог алфа теста и добијени су резултати приказани у табели 1.

Како се вредност коефицијента алфа креће у опсегу 0,722-0,803, следи да је следи да је поузданост задовољена (референца 20).

Дескриптивна статистика указује на следеће: просечно задовољство радом удружења испитаници су оценили неутралном оценом („нисам ни задовољан ни незадовољан”, тј. оценом 3,09) уз одступање у ставовима које износи приближно једну оцену ($SD=1,173\approx 1$); по питању броја семинара организованих на тему дизајна просечна оцена износи 2,32 што указује на низак ниво задовољства

15 Савезни завод за статистику, доступно на: <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/vesti/20210226-anketa-o-radnoj-snazi-iv-kv-2020/>

16 К. Микић, *нав. дело*.

17 Републички завод за статистику, доступно на: <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/2403040401?languageCode=sr-Cyrl>

18 *Исцџо*.

19 К. Микић, *нав. дело*.



PREMA STALNOM ZAPOSLENJU

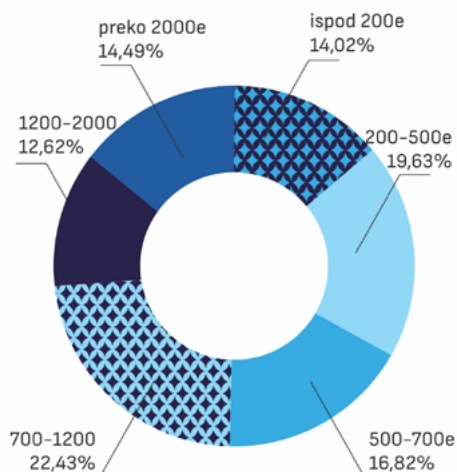
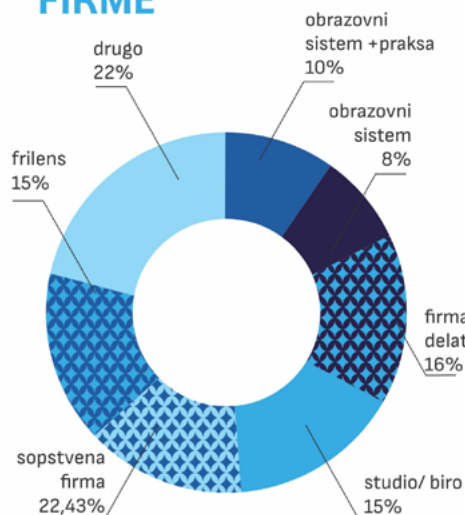


PREMA RADNOM STATUSU



PREMA VISINI PRIMANJA

PREMA PROFILU FIRME



DIZAJN U SRBIJI: ZAPOSLENJE

Сл. 4

испитаника у односу на посматрану варијаблу „задовољство бројем семинара”, опет уз одступање од једне оцене ($SD=1,076\approx 1$); размена информација међу колегама је неутрално оцењена од стране испитаника ($M=2,95, SD=1,167$), док по питању препознатљивости и дефинисаним струковним звањима у законодавству, просечна оцена указује да испитаници нису задовољни ($M=2,23, SD=1,056$, односно $M=2,40, SD=0,996$) (табела 2). Интересантно је приметити да се испитаници по питању свих оцена задовољства доста разликују у ставовима, будући да стандардна девијација у свим случајевима износи око један. У односу на понуђене индикаторе задовољства, испитаници су дали највећу оцену задовољства раду удружења (3,09), а најмању препознатљивости у окружењу (2,23).

Варијабла	Кронбах алфа коефицијент
Q ₁	,774
Q ₂	,722
Q ₃	,726
Q ₄	,803
Q ₅	,744

Таб. 1

	Очекивање (M)	Стандардна девијација (SD)	Обим (N)
Q ₁	3,09	1,173	97
Q ₂	2,95	1,167	97
Q ₃	2,32	1,076	97
Q ₄	2,23	1,056	97
Q ₅	2,40	,996	97

Таб. 2

Оно што се у овом случају истиче јесте да су обе оцене доста ниске, тј. испитаници су лоше до неутрално задовољни радом удружења коме припадају („нити задовољан нити незадовољан”), разменом информација, бројем семинара који се организују у домену дизајна, препознатљивошћу на тржишту и звањима у домаћем законодавству. Ово указује на потребу унапређења у погледу информисаности и препознатљивости струковних звања у законодавству.

У погледу различитости у мишљењима испитаника, примењена је анализа варијансе у ставовима група испитаника који се разликују према полу, години, нивоу стручне спреме и примањима. У ову сврху за поређење просечних резултата у две групе (према полу) је коришћен t-тест, док је за поређење просечних резултата у више од две групе коришћена АНОВА анализа варијансе. Т-тест и анализа варијансе (АНОВА тест) су коришћени да би се утврдило да ли постоје статистички значајне разлике у погледу оцене задовољства радом удружења испитаника, задовољства разменом информација, задовољства бројем семинара који се организују у домену дизајна, задовољства препознатљивошћу на тржишту и задовољства струковним звањима у домаћем законодавству. У погледу испитивања постојања статистички значајних разлика у погледу оцене задовољства према полу (као двокатегоријској променљивој) коришћен је t-тест, док је за испитивање постојања статистички значајних разлика у погледу оцене задовољства према старости, стажом бављења дизајном, региону, степену образовања и статусу запослења примењена АНОВА.

У том погледу је, ради прегледнијег приказа, у табели су са Q_i, i = 1, 2, 3, 4, 5, означене следеће варијабле за које је рађен t-тест за поделу према полу; односно АНОВА за остале поделе (према годинама, степену образовања, региону, стажу бављења дизајном и запослењу), како би било испитано да ли постоје статистички значајне разлике у вредностима аритметичке средине оцене задовољства мушких и женских испитаника:

Q₁ = „Оцена задовољства радом удружења”

Q₂ = „Оцена задовољства разменом информација”

Q₃ = „Оцена задовољства бројем семинара који се организују у домену дизајна”

Q₄ = „Оцена задовољства препознатљивошћу на тржишту”

Q₅ = „Оцена задовољства струковним звањима у домаћем законодавству”.

Како један испитаник није одговорио ког је пола, његов одговор није разматран.

У погледу оцене задовољства радом удружења испитаника према полу (табела 3), претпоставке о једнакости варијанси су задовољене у свих пет случајева (што

Оцена задовољства испитаника према полу	Пол	Очекивање (M)	Стандардна девијација (SD)	t вредност	Број степени слободe	TINV	p вредност
Q ₁	мушки	2,91	1,24	1,524	94	1,9855	,131
	женски	3,27	1,097				
Q ₂	мушки	2,71	1,148	1,942	211	1,9713	,053
	женски	3,00	1,062				
Q ₃	мушки	2,22	1,001	,787	211	1,9713	,432
	женски	2,32	1,011				
Q ₄	мушки	2,15	1,019	,386	211	1,9713	,700
	женски	2,20	,913				
Q ₅	мушки	2,20	,944	3,321	211	1,9713	,001
	женски	2,62	,925				

Таб. 3

значи да су р вредности Левенеовог теста веће од 0,05)²⁰. Резултати t-теста су показали да постоји статистички значајна разлика у оцени задовољства струковним звањима у домаћем законодавству између испитаница и испитаника. Испитанице имају већу просечну оцenu задовољства од испитаника, оне су ни задовољне ни незадовољне (оцена 2,62), док су испитаници незадовољни (оцена 2,20), при чему је вредност $t(211)=3,32$, $p<0,01$. Уз то, при испитивању постојања статистички значајних разлика у средњим вредностима оцене задовољства разменом информација између испитаника мушког и женског пола, добијена је вредност $p=0,053<0,01$, па се може закључити да на нивоу поверења 99% у овом случају не постоји статистички значајна разлика у оцени задовољства испитаника и испитаница разменом информација.

У погледу оцене задовољства радом удружења испитаника према старости, односно броју година испитаника (табела 4), претпоставке о хомогености су задовољне у свих пет случајева (р вредности Левенеовог теста су веће од 0,05)²¹. Резултати АНОВА теста су показали да не постоји статистички значајна разлика у оцени задовољства радом удружења, разменом информација, бројем семинара који се организују у домену дизајна, препознатљивошћу на тржишту и струковним звањима у домаћем законодавству у односу на старост испитаника.

У погледу оцене задовољства радом удружења испитаника према старости односно броју година испитаника (табела 5), претпоставке о хомогености су задовољне у свих пет случајева (р вредности Левенеовог теста су веће од 0,05)²². Резултати АНОВА теста су показали да не постоји статистички значајна разлика у оцени задовољства радом удружења, разменом информација, бројем семинара који се организују у домену дизајна, препознатљивошћу на тржишту и струковним звањима у домаћем законодавству у односу на старост испитаника.

20 J. Pallant, *нав. гело.*

21 *Исџо.*

22 *Исџо.*

Оцена задовољства испитаника према старости	Левенеов тест - р вредност	АНОВА F ТЕСТ	Значајност	Број степени слободе између група	Број степени слободе унутар група
Q ₁	,639	1,374	,242	5	91
Q ₂	,206	1,502	,190	5	208
Q ₃	,677	,626	,680	5	208
Q ₄	,160	,624	,682	5	208
Q ₅	,117	2,413	,037	5	208

Таб. 4

Оцена задовољства испитаника према степену образовања	Левенеов тест - р вредност	АНОВА F ТЕСТ	Значајност	Број степени слободе између група	Број степени слободе унутар група
Q ₁ *	,504	,293	,955	7	89
Q ₂	,366	,654	,711	7	206
Q ₃	,081	1,110	,358	7	206
Q ₄	,159	,692	,679	7	206
Q ₅	,463	,683	,687	7	206

* На ово питање су одговорали само чланови удружења, укупно њих 97.

Таб. 5

У погледу оцене задовољства радом удружења испитаника према региону (табела 6), претпоставке о хомогености су задовољене у три случаја (р вредности Левенеовог теста су веће од 0,05), док за два нису.²³ Резултати АНОВА теста су показали да не постоји статистички значајна разлика у погледу оцене задовољства радом удружења, разменом информација, бројем семинара који се организују у домену дизајна, препознатљивошћу на тржишту и струковним звањима у домаћем законодавству у односу на регион испитаника.

У погледу оцене задовољства радом удружења испитаника према стажу бављења дизајном (табела 7), претпоставке о хомогености су задовољене у свих пет случајева (р вредности Левенеовог теста су веће од 0,05).²⁴ Резултати АНОВА теста су показали да постоји статистички значајна разлика у оцени задовољства струковним звањима у домаћем законодавству у односу на старост испитаника. Урађена је пост хок анализа, која је показала да постоји статистички значајна разлика у средњим вредностима ове оцене између испитаника и то тако да се они са стажом преко 20 година у аритметичкој средини оцене задовољства препознатљивошћу на тржишту и струковним звањима у домаћем законодавству у односу на старост испитаника значајно разликују од осталих; и аналогно за остале групе дужине стажа, где се свака статистички значајно разликује од осталих (табела 8).

У погледу оцене задовољства радом удружења испитаника према статусу запослења, за запослене, којих је у узорку укупно 208 (табела 9), претпостав-

²³ Исто.

²⁴ Исто.

Оцена задовољства испитаника према региону	Левенсов тест - р вредност	АНОВА F ТЕСТ	Значајност	Број степени слободе између група	Број степени слободе унутар група
Q ₁	,418	,736	,642	5	89
Q ₂	,042*	1,309	,247	6	206
Q ₃	,349	,489	,842	6	206
Q ₄	,016*	1,201	,304	6	206
Q ₅	,728	1,831	,083	6	206

* Претпоставка хомогености варијансе није испуњена.

Таб. 6

Оцена задовољства испитаника према стажу бављења дизајном	Левенеов тест - р вредност	АНОВА F ТЕСТ	Значајност	Број степени слободе између група	Број степени слободе унутар група
Q ₁	,324	1,291	,279	4	92
Q ₂	,862	1,351	,252	4	209
Q ₃	,801	,658	,622	4	209
Q ₄	,062	,899	,466	4	209
Q ₅	,531	2,871	,024	4	209

Таб. 7

ке о хомогености су задовољене у три случаја (р вредности Левенеовог теста су веће од 0,05), док за два нису²⁵. Резултати АНОВА теста су показали да не постоји статистички значајна разлика у оцени задовољства радом удружења, разменом информација, бројем семинара који се организују у домену дизајна, препознатљивошћу на тржишту и струковним звањима у домаћем законодавству у односу на статус запослења.

Збирно, закључује се да у погледу посматраног узорка не постоје статистички значајне разлике у оцени задовољства посматраних варијабли међу различитим субкатегијама, те да су мишљења, односно оцене задовољства на нивоу узорка хомогене, осим у горенаведеним случајевима. Стога се ове оцене могу користити као почетна основа за креирање планова, идеја и постављање циљева за унапређење струке како у домену домаћег законодавства, тако и у домену доношења мера које би умногоме олакшале рад и даље унапређење самих дизајнера.

ЗАКЉУЧАК

У истраживању су постојала одређена ограничења, а то су: нејасна структура централног стуба окупљања дизајнера на нашем тржишту, непостојање оквирног броја дизајнера у Србији, јер за обављање ове делатности не постоје лиценце нити коморе које би јаче утврђивале правила, непостојање јединственог регистра, као и јаког централног удружења, као и бројни друге системске неу-

²⁵ Исто.

(I) Стаж	(J) Стаж	Разлика у очекивањима (I-J)	Значајност	95% Интервал поверења	
				Доња граница	Горња граница
испод 2	2-5	.350	.819	-.55	1.25
	5-10	.465	.566	-.39	1.32
	10-20	.409	.664	-.43	1.25
	преко 20	.865	.052	.00	1.73
2-5	испод 2	-.350	.819	-1.25	.55
	5-10	.114	.981	-.45	.68
	10-20	.059	.998	-.48	.60
	преко 20	.514	.116	-.07	1.10
5-10	испод 2	-.465	.566	-1.32	.39
	2-5	-.114	.981	-.68	.45
	10-20	-.056	.998	-.52	.41
	преко 20	.400	.219	-.12	.92
10-20	испод 2	-.409	.664	-1.25	.43
	2-5	-.059	.998	-.60	.48
	5-10	.056	.998	-.41	.52
	преко 20	.456	.086	-.04	.95
преко 20	испод 2	-.865	.052	-1.73	.00
	2-5	-.514	.116	-1.10	.07
	5-10	-.400	.219	-.92	.12
	10-20	-.456	.086	-.95	.04

Таб. 8

Оцена задовољства испитаника према примарној делатности	Левенеов тест-р вредност	АНОВА F ТЕСТ	Значајност	Број степени слободе између група	Број степени слободе унутар група
Q ₁	.435	2,702	.050	3	92
Q ₂	.280	1,140	.339	4	203
Q ₃	.272	.988	.415	4	203
Q ₄	.007	.491	.743	4	203
Q ₅	.679	.117	.977	4	203

* Претпоставка хомогености варијансе није испуњена.

Таб. 9

саглашености, али ни залагања државе и струке да се ова област јасније уреди. Аутори препоручују да се у наредним истраживањима узму у обзир ове препреке како би резултати били што прецизнији.

Препорука је да се на нивоу државне структуре или струке оснује дизајн центар или дизајнерска комора како би струка и положај дизајнера био јачи, видљивији и јаснији. Са свих системским мањкавостима унутар структуре наше струке, ово истраживање је показало да је у просеку дизајнер у Србији високо образовано лице са примањима изнад републичког просека, да има осредње задовољство струковним удружењима, правном регулативом и могућностима за усавршавање. То представља добро поље за систематизацију и формирање нових структура како би се дизајн сцена и образовање унапредили. Дизајн није само

естетски, него функционални и структурални елемент окружења и свакодневног функционисања људи. Ако је исправна претпоставка да дизајн има улогу у креирању и артикулацији вредности, структурирању информација и обликовању свакодневног живота, онда је јасно да би се унапређењем ове области допринело и развоју привреде, као и квалитета живота у Републици Србији. Дизајн, као део креативних индустрија, креира додатну комерцијалну, социјалну, културну и политичку вредност у свакодневном животу и окружењу, те представља неизоставни и есенцијални додатак савременој економији. Како би се перцепција дизајнера у Србији у односу на само поље поправила, односно померила из поља осредњег задовољства, потребно је да привреда, државне институције, законска регулатива и образовне установе на савременији и квалитетнији начин приступе овој области, прихвате значај савременог дизајна, повећају размену информација и могућности унапређене вештина и знања дизајнера.

ИЛУСТРАЦИЈЕ

**Извори: Рачунања изведена од сџране ауџора*

**Sources: The computation performed by the authors*

**Извори: Илустрација заглавља Санџра Грбић, дизајн графикана и идентитијеша Јелена Дробац*

**Sources: Header illustration by Sandra Grbić, charts and identity design by Jelena Drobac*

1. Демографска структура испитаника
Demographic structure of respondents
2. Расподела испитаника према делатности и дужини стажа бављења дизајном
Distribution of respondents according to the activity and the length of the working experience in design
3. Расподела испитаника према врсти и степену образовања
Distribution of respondents by type and level of education
4. Расподела испитаника у односу на формални радни статус, радни статус, профил компаније и просечне приходе запослених
Distribution of respondents in relation to formal employment status, working status, company profile and average income of the employed respondents

ТАБЕЛЕ

1. Кронбах алфа коефицијент
Cronbach's alpha coefficient
2. Дескриптивна статистика оцене задовољства испитаника
Descriptive statistics of respondents' satisfaction assessment
3. Вредности t-теста за независне променљиве Q_i , $i=1,2,3,4,5$ према полу
t-test values for independent variables Q_i , $i=1,2,3,4,5$ by sex
4. Вредности АНОВА теста за независне променљиве Q_i , $i=1,2,3,4,5$ према старости
ANOVA test values for independent variables Q_i , $i=1,2,3,4,5$ according to age
5. Вредности АНОВА теста за независне променљиве Q_i , $i=1,2,3,4,5$ према степену образовања
ANOVA test values for independent variables Q_i , $i=1,2,3,4,5$ by education level
6. Вредности АНОВА теста за независне променљиве Q_i , $i=1,2,3,4,5$ према региону
ANOVA test values for independent variables Q_i , $i=1,2,3,4,5$ by region
7. Вредности АНОВА теста за независне променљиве Q_i , $i=1,2,3,4,5$ према стажу бављења дизајном
ANOVA test values for independent variables Q_i , $i=1,2,3,4,5$ according to design experience
8. Пост хок анализа за варијаблу Q_5 према стажу
Post hoc analysis for variable Q_5 by working experience
9. Вредности АНОВА теста за независне променљиве Q_i , $i=1,2,3,4,5$ према статусу запослења (за запослене)
ANOVA test values for independent variables Q_i , $i=1,2,3,4,5$ by employment status (for employees)

ЛИТЕРАТУРА

Cross, Nigel, "Designerly ways of knowing", *Design Studies*, Vol 3, No.4, 1982, 221–227.

Cross, Nigel, "Forty years of design research", *Design Studies*, Vol 28, 2007.

- Casakin**, Hernan Pablo, "Metaphors in design problem solving: implications for creativity", *International Journal of Design*, 1(2), 2007, 21–33.
- Гардашевић**, Драгана и Владан Радивојевић, *Примењена статистика-решени задаци применом рачунара*, ВШСС Београдска политехника, Београд, 2020.
- Dutton**, Tom, "Design studio and pedagogy", *Journal of Architectural Education*, Vol. 41, No. 1, 1987, 16–25.
- Dženk**, Čarls, *Jezik postmoderne arhitekture*, Biblioteka Zodijsak, Beograd, 1985.
- Flusser**, Vilem, *The shape of things: A philosophy of design*, Reaktion Books, London, 1999.
- Foster**, Hal, "ABCs of Contemporary Design", *October*, 2002, 191–199.
- Gero**, John S, et Thomas Mc Neill, "An approach to the analysis of design protocols", *Design Studies*, No.19, 2006, 21–61.
- Heskett**, John, "Šta je dizajn? Povjesna evolucija dizajna", (2002), u Feđa Vukić (ed.), *Teorija i povijest dizajna: kritička antologija*, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Golden Marketing-tehnička knjiga, Zagreb, 2012, 527–537.
- Julier**, Guy, "From Visual to Design Culture", *Design Issues*, Vol 22, No. 1, 2006, 64–76.
- Margolin**, Victor, *The politics of The Artificial: Essays on Design and Design Studies*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 2002.
- Максић**, Предраг, "Улога савременог дизајна у контексту професионалне етике", *Култура*, бр. 148, 2015, 259–271.
- Микић**, Кристина, *Креативне индустрије, дизајн и конкуренцијосн: Проактивни приступи*, Центар за европске интеграције, Србија, 2008.
- Одлука** о оснивању Савета за креативне индустрије: 23/2018-17, 25/2018-40, 52/2018-8, доступно на <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/odluka/2018/23/6/reg>
- Pallant**, Jullie, *SPSS Priručnik za preživljavanje*, 3. izdanje, Mikroknjiga, Beograd, 2009.
- Кретања на тржишту рада у четвртм кварталу 2020. године: 26. 02. 2021, доступно на <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/vesti/20210226-anketa-o-radnoj-snazi-iv-kv-2020/>
- Pratt**, C. Andy, et Jeffcutt, Paul, *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*, Routledge, London and New York, 2009.
- Scott**, Allen, *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*, Oxford University Press, Oxford, 2008.
- Vukić**, Feđa, *Od oblikovanja do dizajna: teorija i kritika projektiranja za industrijsku proizvodnju*, Meandar, Zagreb, 2003.

Jelena R. DROBAC, Dragana D. GARDAŠEVIĆ, Predrag A. MAKSIĆ
**DESIGN SCENE RESEARCH IN SERBIA: ANALYSIS OF THE SITUATION
 ON THE DESIGN LABOR MARKET AND POSSIBILITIES
 FOR IMPROVEMENT OF THE DESIGN SCENE IN SERBIA**

Any definition of design risks being incomplete and imprecise, mostly because design represents an extremely immense and complex field of human action in political and social contexts. For more than ten years, no extensive research has been conducted on the design scene in Serbia as an independent area. The aim of this paper is to review and analyze the situation on the design market, which refers to the level of formal design education, employment, the level of satisfaction with the professional environment and the possibilities of improving the design scene in Serbia. For this purpose, a questionnaire was created. It contains four sections that include thirty questions related to data on demography, type and level of education, status of respondents, length of work in the field of design, employers, placement of author's work, etc., as well as questions that include membership, types, opinions on advantages and disadvantages, satisfaction with the number of seminars, visibility and recognizability, aspects, etc. In addition, the respondents expressed the level of satisfaction with the environment and the possibilities of improving the design scene in Serbia within the same questionnaire. The data obtained on the sample of 214 respondents was processed in the SPSS software package, using appropriate statistical tools. The research strategy is based on a combination of qualitative and quantitative methods. In order to review the obtained research results, descriptive statistics was applied, while the Likert scale was used to assess the professional satisfaction of the respondents. Analysis of variance was used to examine differences in opinions among different groups of respondents. The questionnaire, compiled to include all the necessary information on the current state of the design scene, enabled the creation of a comprehensive overview of the state of the design scene in Serbia, which is of great importance for planning further improvement within existing possibilities, as well as directions of further development of design and design education.

Keywords: design, profession, statistical analysis, education.