# Povzetek rezultatov raziskave oblikovalske skupnosti

Raziskavo oblikovalske skupnosti je izvedla neodvisna skupina oblikovalk in oblikovalcev* z namenom, da prevetri stališča aktivnih slovenskih oblikovalk in oblikovalcev do položaja oblikovalske stroke v družbi ter potrebo po prenovi obstoječe, oziroma zagonu nove stanovske organizacije.

Obdobje anketiranja: 1.6.-30.6.2024
Nacin anketiranja: Spletna anketa
Velikost vzorca (N): 415

## Demografija

Pričakovano so glavnino vzorca predstavljali oblikovalci/ke iz osrednje Slovenije (66,3 %). Sledijo si ostale regije - od največje Gorenjske (7,3 %), do Koroške, od koder je odgovore prispevalo najmanj oblikovalk/cev (0,3 %). Po spolu je bil vzorec urravnotešen (oblikovalk 52,3 %, oblikovalcev pa 46,1 %), glavnino so predstavljali oblikovalci/ke v aktivni dobi, oz. starosti 25 do 54 let (69 %).

### Regija prebivališča

N=206

| | Delež |
|---|---|
| 1 Ljubljana | 38,8 % |
| 2 Osrednjeslovenska regija (razen L.J) | 8,3 % |
| 3 Gorenjska regija | 7,3 % |
| 4 Mariborr | 4,9 % |
| 5 Savinjska regija | 4,3 % |
| 6 Zlatoro-Krško regija | 3,8 % |
| 7 Goriška regija | 2,9 % |
| 8 Pomurska regija | 2,5 % |
| 9 Podravska regija (razen MB) | 1,5 % |
| 10 Posavska regija | 1,3 % |
| 11 Primorsko-notranjska regija | 1,0 % |
| 12 Jugovzhodna Slovenija | 0,8 % |
| 13 Zasavska regija | 0,8 % |
| 14 Koroška regija | 0,3 % |
| 15 Drugo (tujina) | 3,3 % |

### Starostna skupina

N=412

| | Delež |
|---|---|
| 19-24 | 10,0 % |
| 25-34 | 25,0 % |
| 35-44 | 26,7 % |
| 45-54 | 21,3 % |
| 55-64 | 8,0 % |
| 65+ | 0,0 % |

### Spol

N=413

## Področje oblikovanja

N=383

Skoraj polovica v anketi zajetih je grafičnih oblikovalcev/k, 13 % jih oblikuje prostor, industrijski oblikovalci/ki a desetina, manjše deleže pa predstavljajo raziskovalcev uporabniške izkušnje, ilustratorji/ke, unikatni oblikovalci/ke, animatorji/ke in modni oblikovalci/ke. Opozoriti so nas, da je treba v prihodnje med področji upoštevati tudi fotografiri/ke, raziskovalce/ke in artikulatorje/ke strategij.

| | Delež |
|---|---|
| Grafično oblikovanje / oblikovanje vizualnih komunikacij | 50,0 % |
| Oblikovanje prostora / arhitektura | 13,5 % |
| Industrijsko / produktno oblikovanje | 10,8 % |
| UX/UI oblikovanje / interaktivno oblikovanje | 9,5 % |
| Ilustracija | 4,5 % |
| Unikatno oblikovanje | 3,2 % |
| Modno oblikovanje / oblikovanje tekstilij | 2,1 % |
| Oblikovanje gibljivih slik / animacija | 2,1 % |
| Drugo | 3,3 % |

## Izobrazba

N=389

### Srednja šola

Gimnazija je le redno najpogostejša srednješolska izobrazba oblikovalcev.

### Visokošolski oziroma univerzitetni program

ALUO je najpogostejše zaključena univerzitetna izobrazba, odstotek študja na tujih univerzah raste med mlajšimi anketiranimi.

### Delež oblikovalcev/k z zaključenim dodiplomskim ali podiplomskim izobraževanjem

### Dodatno strokovno izobraževanje

Praktično vsi oblikovalci/ke se dodatno izobražujejo. Med najpogostejše izbrane vire izobraževalnih vsebin sodijo - po vrsti - spletna izobraževanja, obisk domačih in tujih konferenc, vrejte in novoizšle, obisk delavnic in palettih ter obisk tujih strokovnih sejmov.

### Leto zaključka formalnega izobraževanja

N=342

* Vključujejo leto 2009/2010 ko v Sloveniji uvedejo bolonjski sistem. Za študijska leta 2010 je bila zmogljiva diplomanti po stanem sistemu.

## Delo in delovni pogoji

Pri oblikovanju nosi velik delež oblikovalcev/ki status samozaposlenega v kulturi in public samostojno tudi izvaja (40 %). Redno zaposlenih je približno tretjina, manj kot tretjina pa jih zasluži toliko, da si lahko privoščijo stoažbe prostore, lokrne od doma.

### Trenutni zaposlitveni status

N=389

### Viri prihodkov

N=380

### Naročniki

N=383

### Lokacija opravljanja dela

N=389

## Stanovsko povezovanje

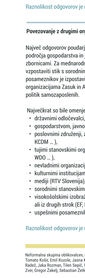
Od dosanjnih navedenih dejavnosti, ki bi si jih oblikovalci/ke želeli od nacionalne oblikovalske organizacije in bili za to pripravljeni plačevati članarino, so udeleženci prav vse predlagane dejavnosti ocenili visoko, kar potrjuje potrebo po storitvi ponudbi. Po pomembnosti si na lestvici od 1-10 (1 najmanj, 10 najvec) sledijo sklop zaščite avtorskih pravic in intelektualne lastnine, pomen strokovnega izobraževanja in ozaveščanja javnosti o pomenu oblikovanja (oba s povprečjem 7,9), naslednja sklopa s povprečjem 7,8 pa sta pravno sotrovanje in mreženje.

### Članstvo v Društvu oblikovalcev Slovenije

N=401

### Želene dejavnosti stanovske organizacije

Na vprašanje o dejavnostih, ki bi si jih oblikovalci/ke želeli od nacionalne oblikovalske organizacije in bili za to pripravljeni plačevati članarino, so udeleženci prav vse predlagane dejavnosti ocenili visoko, kar potrjuje potrebo po aktivnejši podporni organizaciji.




| | | | | Povprečje | N |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Zaščita intelektualne lastnine in avtorske pravice | 9,3 % | 2,0 % | 87,3 % | 8,0 | 200 |
| 2 | Izobraževanje oblikovalcev strok v javnosti | 8,0 % | 2,5 % | 89,5 % | 7,9 | 206 |
| 3 | Strokovno izobraževanje | 8,0 % | 10,3 % | 81,7 % | 7,9 | 206 |
| 4 | Pravno svetovanje | 8,1 % | 11,4 % | 80,5 % | 7,8 | 200 |
| 5 | Mreženje | 11,8 % | 6,4 % | 81,8 % | 7,8 | 204 |
| 6 | Promocija trž. ur. izvajac dela, storitev ali izdelkov | 10,0 % | 15,5 % | 74,5 % | 7,2 | 204 |
| 7 | Posvetovanje varnost | 12,0 % | 20,5 % | 67,5 % | 7,0 | 204 |
| 8 | Zunanji pogoji | 12,8 % | 17,6 % | 69,6 % | 7,0 | 201 |
| 9 | Organizacija skoken strokovnih ekskurzij | 10,7 % | 19,4 % | 69,9 % | 7,0 | 204 |
| 10 | Pomoč pri pridobivanju (ima na mn) | 12,3 % | 24,6 % | 63,2 % | 6,8 | 204 |
| 11 | Organizacija dogodkov regionalno | 18,8 % | 22,4 % | 57,8 % | 6,0 | 200 |
| 12 | Interna (splošna) mnja, neuvršćeb | 8,9% | 24,7% | 66,4 % | 6,8 | 203 |

### Želena primarna fokus in vizija nacionalne stanovske organizacije

Večina meni, da naj nacionalna oblikovalska organizacija svoje moči usmeri v:

- izzaveščanje in izobraževanje javnosti na področju vizualne kulture in oblikovanja,
- dvigovanje ravni oblikovanja in njegovo umeščanje v okolje ozirovna družbo, tudi preko velje pristotnosti v medijih,
- vključevanje mladih oblikovalcev/k in povezovanje članstva, druženje, izmenjava znanja,
- povezovanje in izmenjavo dobrih praks doma in v tujini, s poudarkom na dvojnicoa k družbi,
- dvigovanje prepoznavnosti in ugleda stroke ter oblikovalskih strokovnjakov in njihovih dosežkov.

Razmišljati odgovorov je nanizana na desni z nekaj vajimi citati.

> Promocija novih oblik oblikovalskih praks, ki niso zgolj v službi narošnika, ampak pa vzeto Slovenja evropskega finančnega kreativnost postavljajo v vodilno vlogo pri izdelovanju prehoda. Izpostavljanje poklica in poziranje za boljše delovno okolje v institucijam in ustalitev narešnikih (kot npr. kolektivna pogodba, kolektivna pogodba samostojnih v ustalitev kreativnost poklica, varstvoim avtorjem, izmenjaje in odlikovanja.

> Promotica vrhunčja. Ozaveščanje Slovenja evropsja lep za prostovoljno trgo. Nikoli ne verjamo v mistiko, vsje pravilni zato. Dodatna komplikacija: Bilja ne ili zdaleka, kjer bo vgrenem delu odpadlo, dizajnjar pa bomo podrčini absolutnemu nadzoru zaradi nekoć. Bilja se nemordna uvoda Evropa, ki ne bi bila Evropa. Ne bi bilo Evropa v smislu da nekoć ne bi bilo Evropa, ali da Evropa nastaja. Ne bero ničja bomo v svet ne zaščit spremljajoči v kategorji, kateriđeravan ideđa, ki ednva prebrana ve reb in nas ničemu pahne v nevčim. Slovenija ne obnaša kot balkanc in istrena ozma ampak odnosom. Vrijo: Nacionalna oblikovalska organizacija ne samovrt v ti podružje. 1. Promocinaja vzdržnih znak (izdaoje slogo Slovenja iz Evropa v cmrtej in lastno razvoj tehnologije (ki ni odvisen od nadzora ZDA in Kitajske (ali, hkaćmalo). 2. Promocinaja vzdržnih znak (izdaoje slogo Slovenja iz Evropa v cmrtej in lastno razvoj prodaje na svje svjlje drugi. 3. Prozdržnovanja vzdržnostnega in humanoznega digitalna izvjeoavnja demokracija, nekaterim parlament ne propagnjate.

> Da bi izboljšali pogoje oblikovalskega dela, omogočili izmenjavo znanj ter zaščititi temeljni dolog med nami, gospodarstvom in drzavo, vzpostljajmo v okvir nacionalne oblikovalske organizacije, ki bi poostvenila člane v Zvez, dejavno organizacijo - kot sindikat.

> Organizacija, ki ob delu za strokovni razvoj stroke in aktivno deluje na prepoznavnosti stroke v gospodarstvu, je most med oblikovalskim procesi in drzavo. Kot pri za strukturno zdravstvo, ki pridobivamo predvsem kolektivno zastopanje interesov stroke, da la lahko prepoznra – tako vrednotna, kot monetarno.

> Pentaeti mlade oblikovalke v nepredje in jim nudi možnosti v oblikovalskem svetu.

> Prevzeti vajmel vašemu poklicu.

### Kako bi je mnenju respondentov nacionalna oblikovalska organizacije najbolje zadovoljila pričakovanja oblikovalcev

Oblikovalce/ke bi najbolj prepričala svežа in pogumna strategija, s transparentno in realno opredeljenimi kratkoročnimi in dolgoročnimi cilji. Z disciplinirano, kontinuirano izvedbo kratkoročnih ciljev, bi nacionalna oblikovalska organizacija tudi upravičila članarino.

Skupno večino odgovorov je bilo strnemljeno k naslednjim ciljem:

- postavna in procesna podpora članom/oblikovalcem/izvajalcem,
- izzaveščanje javnosti, narošnikov ter odločevalcev o pozitivnem doprinosu oblikovanja dodatni in dodani vrednosti domačega znanja ter s tem dvig ugleda in prepoznavnosti stroke,
- izobraževanje, pomoč pri organizaciji natečajev, poziov in projektov - tudi v mednarodnem okolju,
- zastopanje interesov stroke s cenovno politiko ter ustreznim vrednotenjem oblikovalskih storitev in avtorskih pravic,
- zaščemanje za pravice samozaposlenih na področju kulture,
- sistematizacija povezovanja z gospodarstvom, vladio in nevladnimi organizacijami, akademsko-raziskovalnim svetom (povezovanje stroke in področij),
- komunicirarje dosežkov, razvojnih ponudb, izdelkov/storitev (promocija Slovenije preko slovenskega oblikovanja doma in v tujini),
- dodajanje avantgardne vsebine in podpiranje (drzne) prosaktivnosti oblikovanja,
- ustvarjanje skupnosti, z velcjo vključitvjo mladih in mreženjem različnih generacij oblikovalcev preko strokovnih izobrazevanj, delavnic, predavanj, skupnih mrež ...,
- strategija z jasno opredeljeno časovno izvajanja ciljev,
- redno obveščanje o aktivnostih in širšem dogajanju na področju stroke.

Razmišljati odgovorov je nanizana na desni z nekaj vajimi citati.

### Povezovanje z drugimi organizacijami

Najvec odgovorov pouđarja sodelovanje z drzavnimi odločevalci, z narošniki s področja gospodarstva in javne uprave ter s poslovnimi združenji ali zbornicami. Za medsnarodno promocijo in izzaveščanje bi bilo tudi pomembno vzpostaviti stik s sorodnimi organizacijami iz sosedstva. Kar nekaj posameznikov je izpostavilo željo po trznejšem stiku z nevladnima organizacijama Zanuk in Asociacija, ki sta aktivna na področju perečih kulturnih politik samozaposlenih.

Največkrat so bile omenjene povezave z/s:

- drzavnimi odločevalci,
- gospodarstvom, javno upravo,
- poslovnimi združenji, zbornicami (GZS, OZS, ZAPS, CEED, CoK, SPIRIT, KCOM ...),
- tujimi stanovskimi organizacijami (BEDA, HDO, AIAP, ADI, AIGA, ICOGRADA, WDO ...),
- nevladnimi organizacijami (Zanuk, Asociacija ...),
- kulturnimi institucijami (MAO, Fundacija Drunmen, Center dustracije ...),
- mediji (RTV Slovenija),
- sorodnimi stanovskimi združenji in društvi (DAL, Pekingah ...),
- visokošolskimi izobrazevalnimi institucijami, s programi s področja dizajna ali iz drugih strok (EF, FS, FRI ...),
- ugotovitvami posameznikov, ne najmanj o področju oblikovanja.

Razmišljati odgovorov je nanizana na desni z nekaj vajimi citati.

> S podrejti, ki so izbobjeni ali potencialni narošniki oblikovalskih storitev, v posebnemi izbrđenji, i javno upravo, ki je uporabnik in promotor izvrstnih storitev, v lojno organizacijami, ki ustlaju za prepoznavnost stroke v javnem in zasebnem sektorju.

> S gospodarstvom in drugimi narošniki storitevi. Ker vsaćnik ne bodo vstali v nekakšno kolektivno oblikovalsko oblikovanja, ga ne bodo narošali in plačali. Kar ostaja oblikovalcu in danes pušča na mis prelovnje ali v stare prepovedi, ustanih vnešno na nizko ceno.

> Nacionalnimi in lokalnimi odločevalci, vrednotenje ustvarjac, izobraževalnimi in kulturnimi institucijami, nacionalnimi oblikovalskimi poslanci na terenu, organizacijo.

> S gospodarstvo zbornica, kulturnimi ustanovami, z podobnimi zasnajmi stanovskimi organizacijami, v RTV, kjer bi morali bilo vnešo intervjuje z napešenim oblikovalcem/ki in z podrejti oblikovanja, z vlado RS, da ne bo prišlo do zmanjševanja kulturnih, kot je nacionalna institucija ...

> S vsemi, ki bi lahko pozitivno, spodbudno, pomembno in učinkovito prispevali k ugledu ter gradbi javnega in prihodnosti stroke (posebej z kontekstu tehnoloških sprememb in prihodnosti poklicev).

> Vertikalno in horizontalno, intenzivno in odpiranje.