

*Tina Istinič*  
**SODOBNO  
OBLIKOVANJE  
GOSPODINJSKIH  
APARATOV IN  
ESTETIZACIJA  
SVETA**

*STR. 101-117*

KLEMENOVA ULICA 38  
SI-1260 LJUBLJANA-POLJE

**::POVZETEK**

V ČLANKU SEM NA kratko predstavila oblikovanje gospodinjskih aparatov po drugi svetovni vojni. Večinoma sem se osredotočala na sodobno oblikovanje, v veliki meri na naše domače podjetje Gorenje. Poleg tega sem poskušala preko Katye Mandoki razložiti položaj in teorije umetnosti danes z njeno teorijo, da je dojemanje estetike kot lastne umetnosti preozko. Predstavila sem tudi Henrija Lefebvra, filozofa vsakdanjega življenja, ki se je ukvarjal s spremembami in njihovimi posledicami v življenju ljudi ter Mikea Featherstona, ki se je ukvarjal s postmodernizmom in njegovim vplivom na umetnost.

**Ključne besede:** Oblikovanje, umetnost, postmodernizem, estetika, Gospodinjski aparati, Gorenje, vsakdanje življenje

**ABSTRACT****CONTEMPORARY DESIGN OF DOMESTIC APPLIANCES AND THE AESTHETIZATION OF THE WORLD**

*In the article I presented design of the domestic appliances after WW II. Mostly I was focused on contemporary design, mainly on our home company Gorenje. Furthermore I tried, in light of Katya Mandoki, to explain the position and the theory of art of today, especially her theory that comprehension of aesthetics as a part of art is too narrow. I also presented Henri Lefebvre, the philosopher of everyday life, who was dealing with changes and their consequences on people's lives and Mike Featherstone, who was dealing with postmodernism and his influence on art.*

*Key words: Design, Art, Postmodernism, Aesthetic, domestic appliances, Gorenje, Everyday life*

Idejo za pisanje na to temo je prišla povsem naključno. Prebrala sem intervju s Henrikom Ottom, Henrik Otto, podpredsednik globalnega oblikovanja pri Electroluxu, ki pravi, da lahko sodobne gospodinjske aparate zaradi zanimivega videza postaviš kamorkoli, recimo hladilnik v dnevno sobo. S tem opravljajo vlogo skulpture<sup>1</sup> in kot umetnostno zgodovinariko me je seveda zanimalo v

<sup>1</sup>Kovačič, H. (2005), "Poznate večji užitek kot skuhati večerjo?", v: *Ona*, oktober, Ljubljana, str. 21, 22.

prvi vrsti kako bodo takšni aparati izgledali in v drugi kako lahko objekti industrijskega oblikovanja dobijo vlogo umetniškega dela (če tu spregledamo ready-made umetnost).

Ena takšnih linij je popolnoma nova linija našega podjetja Gorenje, ki pa (zaenkrat) še ni v prodaji. Gre za linijo Qube, oblikovalke Tine Jerabek, katerih aparati lahko stojijo sredi stanovanja.<sup>2</sup>



## ::Katya Mandoki

Če se povrnem k vprašanju določanja meje med umetnostjo in industrijskim oblikovanjem bi najprej predstavila mehiško filozofinjo Katyo Mandoki, ki do problema dostopa z drugačnega vidika.

Tendenca zahodne teorije umetnosti je, da si polasti raznoliko estetsko prakso in ignorira druge na podlagi dveh točk. Prva točka je umetniška matrica, ki je po njihovem edina, kjer je estetika pomembna, in ne priznava estetike v religiji, športu, politiki itd. Druga točka pa je reduciranje vse umetnosti le na estetsko dimenzijo, kot da nima ekonomske, politične, in drugih dimenzij. Mandokijeva pa priznava pa da povezava le ni povsem naključna. Kljub temu pa vztraja, da umetnost ni le strogo estetska.<sup>3</sup>

<sup>2</sup>Gorenje prejelo nagrado "Dobra zasnova BIO" za konceptualni projekt White Qube, povzeto 29. 4. 2009 s strani: [http://www.gorenjegrup.com/si/za\\_medije/sporocila\\_za\\_javnost?aid=1096](http://www.gorenjegrup.com/si/za_medije/sporocila_za_javnost?aid=1096),

Gorenje predstavilo koncept QUBE, revolucija v opremljanju sodobnih ambientov prihodnosti, povzeto 29. 4. 2009 [http://www.gorenjegrup.com/si/za\\_medije/sporocila\\_za\\_javnost?aid=936](http://www.gorenjegrup.com/si/za_medije/sporocila_za_javnost?aid=936)

<sup>3</sup>Mandoki, K. (2007): *Everyday Aesthetics. Prosaics, the Play of Culture and Social Identities*, Wiltshire: Ashgate, str. 269.

Njena glavna teza je, da naj se estetika ne zapirale v sfero umetnosti, ampak naj se odpre bogastvu in kompleksnosti vsakdanjega življenja v različnih manifestacijah. To je tisto, o čemer govori prozaično kot enostavni, vsakdanji estetiki.<sup>4</sup> Estetika vsakdanjosti je v zahodni kulturi nenavadna, kljub temu da se nanaša na najbolj osnovno aktivnost: zaznavanje. Umetnost je navsezadnje le vrh ledene gore, pod katero je skrita prozaičnost. Termin prozaičen je Mandokijeva izbrala, da vanj vključi vse vsakodnevne aktivnosti.<sup>5</sup>

Dejstvo, da estetika vsakdanjosti ni spektakularna ali nenavadna, razloži, zakaj ni pritegnila pozornosti estetskih teoretikov. Njen cilj ni priti do velikih teoretičnih abstrakcij, ampak raziskati mrežo konkretnih socialnih izmenjav.<sup>6</sup>

Mandokijeva pravi, da je estetika najbolj običajna, vsakodnevna in nujna dejavnost, ki jo opravljamo skozi življenje. Je prvi impulz od trenutka, ko se rodimo. Nanaša se na 'latching-on' ali 'prilepiti se nekomu', na primer novorojenček, ki se prisesa na materino bradavico.

Pomeni pa fascinacijo, zapeljevanje, spodbudo, prehranjevanje in apetit, zato je močno povezan s fenomenom, ki nas zanima. Vsak trenutek v dnevu iščemo objekte, na katere se želimo 'prilepiti'. Ko na primer poslušamo petje ptic ali občutimo svežino prhe, s tem zadovoljimo potrebo po majhnih željah v vsakodnevnem življenju. Estetsko lepljenje je eros v zagonu po življenju in estetika je pogoj odpiranja svetu, ki deluje na podlagi lepljenja.<sup>7</sup>

Če estetsko sega preko lepote in umetnosti, je potem vse estetsko in predmet obravnave se razprši, estetika ni več primerna. S prozaičnega vidika je ravno nasprotno, nič ni samo po sebi estetsko, tudi umetniška dela ne<sup>8</sup>. Estetsko je v subjektih, ne objektih. Pravi namreč, da je lepota učinek jezika in ne ontološko dejstvo. Njen nastanek izhaja iz neke ocene pridevnika v samostalnik. Dejanje objave pa je estetsko, če in samo če, je interpretirano kot tako, četudi le preko interpretiranca samega. Po drugi strani pa se Mandokijeva tudi ne strinja s tem, da je estetska ocena predvsem brezinteresna.<sup>9</sup> Tu je vedno interes subjekta do objekta, pa naj bo zaradi zadovoljstva, radovednosti ali česa drugega.<sup>10</sup>

<sup>4</sup>Prav tam, str. XVI, XVII.

<sup>5</sup>Prav tam, str. 75, 76.

<sup>6</sup>Prav tam, str. 43.

<sup>7</sup>Prav tam, str. 67, 68, 70.

<sup>8</sup>Prav tam, str. 73, 74.

<sup>9</sup>Prav tam, str. 79.

<sup>10</sup>Prav tam, str. 18.

## ::Filozofija vsakdanjega življenja in Henri Lefebvre

Henri Lefebvre se je ukvarjal s spremembami, ki se dogajajo v vsakdanjem življenju, ki se ga obravnava kot umetnost in obenem kot posel.

Pod pretvezo praktičnih inovacij in tehničnega razvoja je ponovno prihajalo do zaslužnjevanja, ki je prešlo v vsakdanje življenje. Gre za položaj, ki je obenem najbolj skrit in najbolj na očeh. Vsakdanje življenje tako stopi na trg in postane majhen posel, podrejen dominantnim močem.<sup>11</sup>

Lefebvre pravi, da je kompleksnost vsakodnevnega življenja, kot se kaže v tem, da ne more biti atribuiran le linearnemu procesu, da je na primer le zgodovinski, filozofski, ekonomski ali socialni. Je rezultat mnogih zvez. Znotraj vsakodnevnega življenja se izve, kaj je lepo, grdo, resnično, kaj je sprejeto etično in kaj estetično.<sup>12</sup>

## ::Postmodernizem in Mike Featherstone

Estetizacija vsakodnevnega življenja je po Featherstonu v postmodernizmu povezana z razliko med visoko umetnostjo in masovno kulturo. Na prvem mestu gre za migracijo umetnosti v industrijsko oblikovanje, oglaševanje in povezava s simbolično in industrijsko produkcijo podob. Na drugem mestu je povezava z gibanjem avantgard, predvsem dadaizma in nadrealizma v dvajsetih letih 20. stoletja, ter postmodernizmom v šestdesetih letih 20. stoletja, ki pokaže, da je lahko vsak vsakodnevni objekt estetiziran. Gre za upor proti umetniškemu delu, ki skuša očrnuti njegovo svetniško vlogo in njegovo vlogo v muzejih. Druga usmeritev pa je prepričanje, da je umetnost lahko povsod in vse.<sup>13</sup>

Po Featherstonovem mnenju čas lagodja sili umetnost in kulturo, da postane sestavni del kulturne industrije. Vse bistvene razlike, kulturne tradicije in kvalitete, postanejo kvantitete.<sup>14</sup> To je po njegovem glavna značilnost postmodernizma, ki zamegli mejo med umetnostjo in vsakodnevnim življenjem.<sup>15</sup>

<sup>11</sup>Lefebvre, H.(2005): *Critique of everyday Life, Volume III.From modernity to modernism(towards a metaphilosophy of daily life)*, London: Verso, str. 30, 31.

<sup>12</sup>Prav tam, str. 14, 15.

<sup>13</sup>Featherstone, M.(1991): *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage, str. 25.

<sup>14</sup>Prav tam, str. 14.

<sup>15</sup>Prav tam, str. 7.

## ::MODERNO OBLIKOVANJE

Po drugi svetovni vojni služinčad skoraj izgine in gospodinjske aparate, ki se v splošni rabi uveljavijo ob koncu prve svetovne vojen, začnejo uporabljati jih ženske. Na začetku se na gospodinjske aparate gledali kot nadomestke za služinčad.<sup>16</sup>

Ker gospodinjenje ni bilo plačano, ampak naj bi bilo nagrajeno s čustvenim zadovoljstvom, tudi ni bilo obravnavano kot pravo delo. Drugi razlog je bilo dejstvo, da so se do opravih služinčadi obnašali kot do nedostojanstvenega dela.<sup>17</sup>

Aparati v 30. letih postanejo podobni aparatom v tovarnah, oblikovanje se dokončno spremeni v petdesetih letih 20. stoletja.<sup>18</sup> In prvi takšen slog je imenovan funkcionalizem, ki se zgleduje po oblikovanju Bauhauasa in Deutscher Werkbunda z začetka 20. stoletja, vpliv pa so našli v inženirskem in vojaškem oblikovanju. Predmeti so poleg uporabnosti tudi lepi, a je ta lepota v bistvu kot posledica in pride preko funkcije naključno. Funkcionalizem vzame kot kriterij obliko kot harmonični izraz in kot skupek njegove funkcije. Mnenja so bili, da lepota pride skupaj s funkcijo in pozabili da je lepota posledica zavestne odločitve posameznega oblikovalca.<sup>19</sup>

Idejo funkcionalizma je prevzela Hochschule für Gestaltung v Ulmu, veliko njihovih diplomantov pa je delalo nemškem električnem podjetju Braun.<sup>20</sup> Primer funkcionalističnega oblikovanja je kavni mlinček KMMI (1964) Oblikovalca Weissa, stilistično in funkcionalno klasičen in še danes v prodaji.<sup>21</sup>

Drugi slog oblikovanja, ki prav tako nastane v 50. letih 20. stoletja, je organsko oblikovanje. Velik vpliv sta kiparja Miro in Moore. Sprejetje organskih form po vojni bi lahko razložili tudi s tem, da so raje hoteli 'prijazne' oblike kot vznemirljive.<sup>22</sup>

Umetniški svet v 60. letih je bil podoben svetu oblikovanja. Kljub temu da je oblikovanje metodološko in raziskovalno praktični koncept pa je šlo z roko v roki z minimalističnim umetniškim gibanji, ki so nastala v poznih 70. letih.<sup>23</sup>

<sup>16</sup>Forty, A.(1986): *Objects of desire. Design and society 1750-1980* 1986, London: Thames and Hudson, str. 207, 208, 209, 215.

<sup>17</sup>Prav tam, str. 208, 209.

<sup>18</sup>Prav tam, str. 216, 217.

<sup>19</sup>Dormer, P.(1993): *Design since 1945*, London: Thames and Hudson, str.. 55-60.

<sup>20</sup>Prav tam, str. 16.

<sup>21</sup>Prav tam, str. 17.

<sup>22</sup>Prav tam, str. 74, 76.

<sup>23</sup>Prav tam, str. 24.

60. leta 20. stoletja so bila tudi začetek vesoljskih poletov. Barve in materiali, povezani z vesoljskimi plovili, so bile zato najbolj priljubljene.<sup>24</sup>

## ::SODOBNI GOPODINJSKI APARATI

Pri obravnavi oblikovanja sodobnih gospodinjskih aparatov sem se osredotočila na naše podjetje Gorenje.

### ::Gorenje

Oblikovanje v Gorenju ima že več kot 40-letno tradicijo. Leta 1963 nastopi službo v Gorenju prvi oblikovalec, Marjan Dvorak, in usmerijo se na evropsko tržišče. Leta 1971 Ciril Cesar ustanovi Design center Gorenje. Predvidel je nadgradnjo Gorenja v inštitut do leta 1980, a se zaradi sanacije Gorenja in gospodarske krize to ni zgodilo.<sup>25</sup>

### ::Simple&Logical

Nov zagon se zgodi med letoma 1994 in 1995, ko razvijejo pralni stroj Simple&Logical.



---

<sup>24</sup>Hillier, B.(1998): *The style of the Century. Second Edition*, London: The Herbert Press, str. 182.

<sup>25</sup>Smerdelj, J.(2006), "Vsakdo lahko reče jaz imam dober dizajn", povzeto 24. 2. 2006 strani: <http://www.gorenje.si/8747>.

Bil je inovativen proizvod naprednih tehničnih lastnosti z ergonomskim upravljanjem in prepoznavnim videzom. Oblikoval ga je dr. Janez Smerdelj, sicer strokovni vodja Design centra Gorenje in profesor na ALU. Ko doma ni znal vključiti stroja, je videl, da se premalo posvečajo razumevanju upravljanja. Med prijatelji so naredili raziskavo o njihovih problemih pri pranju in upravljanje poenostavili.

Stroj je imel elektronsko upravljanje z reliefnimi znaki, ki so bili uporabni tudi za slepe. Na njej so bili štirje simboli za pranje, za tip perila in stopnjo umazanosti, vse drugo je opravil stroj sam. Nadaljuje pa se tudi razvoj senzorjev, ki bi zaznali umazanost perila. Kljub temu da je bil dvakrat nagrajen, ni bil tako uspešen. Problem je bil v prepoznavnosti znamke. V predstavnštvu iz Nemčije so jim povedali, da ko so stroj predstavili velikemu nemškemu trgovcu, je ta vprašal, zakaj ga ni naredil Miele, če je tako dober. Kupci niso vedeli, če znamki lahko zaupajo.<sup>26</sup>

## ::Gorenje Pininfarina

Ob 50. letnici podjetja so izdelali linijo izdelkov, ki jih je oblikoval Paolo Pininfarina oziroma njegova hiša Pininfarina Ekstra.



<sup>26</sup>Kovačič, H.(2003), Janez Smerdelj. Oblikovalec našega doma, v: *Ambient*, II/ 45, Ljubljana, str. 33.



Paolo Pininfarina se je rodil 1958 v Torinu. Leta 1982 se je po diplomu iz inženiringa mehanike zaposlil v družinskem podjetju Pininfarina in leto kasneje opravljaj pripravništvo v podjetju Cadillac v ZDA in nato še v podjetju Honda Motors na Japonskem. Po uspešnem vodenju več projektov je leta 1987 prevzel vodenje podjetja Pininfarina Extra. Od leta 1988 je član uprave skupine Pininfarina ter član Sveta direktorjev Pininfarine. Med letoma 1999 in 2004 je bil član Znanstvenega komiteja torinskega evropskega inštituta za oblikovanje. V letu 2001 je postal častni ADI fundacije za italijanski dizajn.<sup>27</sup>

Podjetje Pininfarina Extra je bilo ustanovljeno v sredini osemdesetih let. Svoje dolgoletno znanje oblikovanja so usmerili še v druge panoge industrije. Ukvarjajo se z industrijskim oblikovanjem, pohištvom in arhitekturo. Podjetje si je želelo izdelovati gospodinjske aparate na način, ki je podoben avtomobilski industriji glede materialov, tehnologije in proizvodnega procesa.<sup>28</sup> Kot zanimivost naj povem, da so oblikovali tudi olimpijski kotel za Olimpijske igre 2006 v Torinu.<sup>29</sup>

Pininfarina Extra spada v skupino Pininfarina, ki deluje v svetu oblikovanja že več kot 75 let in je najbolj znana po oblikovanju in izdelovanju avtomobilov. Leta 1930 ga je v Torinu ustanovil Battista "Pinin" Farina. Priimek se je šele kasneje združil s vzdevkom v skupno ime. V svoji bogati zgodovini so sodelovali z največjimi avtomobilskimi podjetji, kot so Ferrari, Cadillac, Jaguar, Maserati, Volvo, Nash, Alfa, Lancia,....

Njihov avtomobil, Cisitalia, je bil leta 1947 prvi avtomobil, ki je bil stalno razstavljen v MOMA v New Yorku.

Danes Smerdelj za to linijo pravi, da ta korak ni bil storjen ob pravem času, ker še niso točno vedeli, kaj si želijo. S to linijo so skočili izven običajnih okvirov, nagovorili bolj premožne kupce in postali prepoznavni.<sup>30</sup> Paolo Pininfarina je rekel, da so hoteli ustvariti vrhunski design, z močno identiteto in osebnostjo.<sup>31</sup>

Kljub temu, da gre za moderno oblikovanje, so aparate v reklami postavili v rustikalno podeželsko hišo in pokazali prepričljivo združitev starega z novim. Slogan se zliva s podobo: "Čeprav ljubim hitre avtomobile, ne verjamem v

<sup>27</sup>Pininfarina, P.(2007), "Ljudje so se v zadnjih letih zelo razvili", povzeto dne 14. 6. 2007 <http://www.gorenjegrup.com/121>.

<sup>28</sup>Prav tam, <http://www.gorenjegrup.com/121>,

<sup>29</sup>Olympic cauldron, povzeto 14. 6. 2007 po <http://extra.pininfarina.com/>,

<sup>30</sup>Kovačič, H.(2003), Janez Smerdelj. Oblikovalec našega doma, v: *Ambient*, II/ 45, Ljubljana, str. 33.

<sup>31</sup>Pininfarina, P.(2007), "Ljudje so se v zadnjih letih zelo razvili", povzeto dne 14. 6. 2007 <http://www.gorenjegrup.com/121>

hitro prehrano." V tem času Gorenju že pravijo "design oriented company". Tudi danes, po več kot petih letih, aparati še vedno delujejo sodobno.<sup>32</sup>

## ::Gorenjevo oblikovanje

Hladilnik je po mojem mnenju osrednji aparat v oblikovanju gospodinjske tehnike, ker opravlja tudi delo šrambe. Pri Gorenju sprva raziščejo želje in potrebe uporabnikov ter spremembe na trgu.

Poleg linije Pininfarina je nov razvoj Gorenja nakazala Alux linija. Posebnost je izdelava iz aluminija in njegova možnost recikliranja. Že tu je poudarek na povezovanju potrošnikove želje po lepoti in kakovosti. V skladu s tem je navedba reklame, da se zdi, kot da so namenjeni razstavnim prostorom galerije.<sup>33</sup>

Nova linija Premium Touch pa nagovarja vsakega potrošnika posebej, ker omogoča barvno usklajenost z ostalimi elementi v kuhinji. Omogočajo, da je tudi kupec ustvarjal. Sicer pa so zelo čistih oblik in, kot pravijo, s poudarki na detajlih.

Leta 2005 je prejel nagrado Plus X Award 2005 za prijazno uporabo.

Nagrado Plus x Award™ podeljuje komisija, sestavljena iz uglednih predstavnikov strokovnih in družabnih medijev s področja bele tehnike iz vse Evrope. Za pridobitev nagrade mora biti proizvod izbran kot najboljši v vsaj eni od kategorij inovativnosti, oblikovanja, prijaznosti do uporabnika ali prijaznosti do okolja. Za nagrado se potegujejo izdelki iz sveta avtomobilizma, zabavne elektronike, telekomunikacij, informacijske tehnologije, fotografske dejavnosti ter majhnih in velikih gospodinjskih aparatov.<sup>34</sup>

Posebnost te linije je linija Crystallized™ - Swarovski

Hladilnik tu igra vlogo oblikovno presežnih elementov sodobni kuhinji. Serija črnega s 7000 kristali je bila omejena, serija s 3500 kristali, tudi v srebrni barvi, pa je tržna in stane okoli 1600 evrov.<sup>35</sup> Prodaja, pravijo v Gorenje centru v Ljubljani, ni velika, a tudi ni bila pričakovana. Franjo Bobinac, direktor Gorenja, tudi pravi, da takšnega hladilnika ne kupi nekdo, ki želi nadomestiti petnajst let stari aparat, ampak nagovarjajo kupce, ki jim več pomeni design.<sup>36</sup>

Letos je hladilnik prejel nagrado Plus x Award.

Žirija je nagrado utemeljila s tem, da naredi hladilnik že na prvi pogled

<sup>32</sup>Kovačič, H. (2003), Janez Smerdelj. Oblikovalec našega doma, v: *Ambient*, II/ 45, Ljubljana, str. 35.

<sup>33</sup>Slikovni material, *Ambient*, II/45, 2003, str. 74, 75.

<sup>34</sup>Plus X Award 2005(2007), povzeto dne 15. 6. 2007 po <http://www.gorenjegroup.com/131>,

<sup>35</sup>Gorenje navdihuje, povzeto 24. 2. 2006 s: <http://www.gorenje.si/novice?id=149&call=true&nid=411>,

<sup>36</sup>Cirman, P. (2006), Franjo Bobinac. Direktor Gorenja. Američani vedo, da je hladilnik pomemben tudi za lepljenje sporočil, *Sobotna Priloga*, 9. 12. 2006, str. 10.



močan vtis, poleg tega pa je prijazen za uporabnika. Prav posebej jih je navdušil ročaj hladilnika, ki je v celoti posut s kristali.<sup>37</sup>

Novo poglavje so vgradne pečice, kuhališča in kuhinjske nape.

Pečice so oblikovno skladne z ostalimi aparati in prav tako nagovarjajo z estetskega in praktičnega gledišča.

Pri kuhališčih se proizvajalci v zadnjem času bolj posvečajo steklokeramičnim ploščam, ki pa jih lahko združimo s plinskimi gorilniki. Novost je kuhanje z dotikom. Ima obrobo iz jekla in je tako zaščiten pred praskami.<sup>38</sup>

Napa je prva stvar, ki jo vidimo, ko stopimo v kuhinjo. Njena oblika je zato še toliko bolj pomembna. Pomembna pa je tudi zmogljivost. Prodajalci pravijo, da se mladi za napa odločajo po izgledu in jih zmogljivost ne zanima.

Pomivalni stroji so tudi polni sprememb, se pa oblikovno manj spreminjajo. Zanimivo pa je, da je zgodba izuma pomivalnega stroja veliko daljša, kot bi si mislili, in presenetljiva. Izumila ga je namreč ženska, in sicer leta 1886. Želela je stroj, ki bo pomival posodo hitreje kot služabniki. Sprva je izmerila posodo, nato je naredila predele znotraj stroja z žico, ki so bili postavljeni znotraj kolesa, ki je ležal ob kotlu. Motor je zavrtel kolo in tako se je vroča voda izlila iz kotla na posodo. Sprva zanimanja za njen izum ni bilo in so ga večinoma naročale restavracije in hoteli. Šele v 50. letih postanejo standardna oprema kuhinj.<sup>39</sup>

<sup>37</sup>Plus X Award 2007, povzeto dne 15. 6. 2007 po <http://www.gorenjegrup.com/default.asp?id=2434>,

<sup>38</sup>Katalogi Gorenje: Vgradni aparati Jesen-Zima 2005, str. 22, 23.

<sup>39</sup>Pomivalni stroj, povzeto dne 20.3. 2008 po <http://www.uspto.gov/web/offices/com/speeches/01-62.htm>.



Kot zadnje bi predstavila pralni in sušilni stroj Premium Touch

Njegov oblikovalec je bil Rok Jenko s sodelovanjem Lidije Pritrznik. Stroja sta dobitnika prestižne nagrade v produktnem oblikovanju Red dot design award, ki jo organizira Design Centrum Nordrhein Westfalen iz Essna v Nemčiji. Gorenje je prvo slovensko podjetje, ki je dobilo to nagrado.

Komisijo - sestavljena je iz 24 sodnikov, od tega 80% stalnih, 20% pa se jih menjava, vsi so strokovnjaki in obvezno neodvisni! - sta prepričala atraktiven videz in vrhunska tehnologija. Navdušilo jih je upravljanje prek ekrana na dotik ter minimalistični detajli na polkrožni liniji, ki izstopajo.<sup>40</sup>

Leta 2005 je prejel tudi nagrado Plus x Award 2005 za preprosto in prijazno uporabo ekrana na dotik.<sup>41</sup>

Rok Jenko razloži, kako je potekalo oblikovanje, kar v grobem drži tudi za ostale aparate. V prvih treh mesecih poteka kreativno delo. Porajajo se oblikovalske rešitve. Kupec danes ne izbira po funkcijah in kvaliteti, ki sta že samoumevni. Aparati izstopajo po emocijah, ki so najbližje vizualnim podatkom. Vizualni podatek pa se manipulira z oblikovno podobo, ki je lahko barva, oblika, linija, površina. Tu ne govorimo o dobrem oblikovanju, ampak o inovativnem oblikovanju.

Po tem času in raziskavi trga nastane "trikotnik" marketinga, razvoja in

<sup>40</sup>Red Dot Design award, povzeto dne 24. 2. 2006 po <http://www.gorenje.si/reddot>, Zec, P.(2006): Oblikovanje je postalo zapleten posel. Vse se vrti okoli podrobnosti, povzeto dne dne 24. 2. 2006 po <http://www.gorenje.si/8748>.

<sup>41</sup>Plus x Award 2004, povzeto dne 15. 6. 2007 po: <http://www.gorenjegrup.com/279>

tehnologije, ki poda pet rešitev. Temu sledi interna komisija, ki izbere tri rešitve. Vse tri se nato oblikuje v naravni velikosti. Zanimivo je, da je bila izbrana rezervna rešitev, ki je prepričala z istimi kvaliteta, kot je komisijo. Ko izbereš obliko, poti nazaj več ni.

Mislila sem, da se tu pot oblikovalca konča, a je šele na pol poti. Zdaj se vključijo konstruktorji in tehnologi, s katerimi rešujejo izvedbene težave. Poudarja, da oblikovalec ni umetnik. On sodeluje od ideje do trenutka, ko stroj pride v trgovino in mora poznati njegove funkcije in kako se ga izdelava.<sup>42</sup>

## ::Gorenje Pininfarina II

Predstavila bi še razmeroma novo linijo Pininfarina.



Oglaševanje poteka pod sloganom “Oblikovanje, ki traja”.

Kaj so njihove želje? Oblikovanje, ki spoštuje klasične dosežke, a jih nadgrajuje in sega v prihodnost. Bistvo odličnega oblikovanja prave klasike je, pravijo, brezkompromisna premočrtnost, ki zdrži v spremenljivosti časa.

Materiali, funkcionalne lastnosti in oblike se dopolnjujejo. Že na prvi po-

<sup>42</sup>Jenko, R.(2006): Oblikovalec je vse prej kot umetnik, povzeto dne 24. 2. 2006 po <http://www.gorenje.si/8749>.

gled kažejo enostavno razumljivo celoto. Odlikuje jo združevanje hladnega aluminija s črnim lesketajočim steklom. Ročaji in gumbi so stvar preteklosti.<sup>43</sup>

Od vseh linij, tudi tujih proizvajalcev, me je linija najbolj prepričala. Pomankljivost (ali pa prednost) je edino to, da aparat ne učinkuje, če ga postaviš v majhen prostor, kar pa je današnja realnost. Učinkuje, če smem tako primerjati, kot umetniško delo, ki zahteva svoj prostor, da pride do izraza.

Po drugi strani pa Pininfarina linija nikakor ne bo poceni in jo bodo kupili ljudje z večjo stanovanjsko kvadraturou.

Hladilno - zamrzovalni aparat iz te linije je bil nagrajen leta 2006 na BIO 20, kjer je žirija zapisala, da ceni dodelano zunanost in notranost aparata.<sup>44</sup>

Leta 2006 je prejel isti aparat tudi že omenjeno nagrado Plus X Award 2006, žirija je zapisala, da jih je prepričal s skrbnim izborom barv, oblik in materialov, ki so usklajeni v harmonično celoto. Všeč jim je bil kontrast med policami zelenega odtenka in kovinskostjo aluminija.<sup>45</sup>

## ::Gorenje Ora - Ito

Zadnja linija Gorenja pa je linija tudi zelo znanega oblikovalca Ita Morabita.



<sup>43</sup>Katalogi Gorenje: Gorenje Pininfarina. Design that lasts.

<sup>44</sup>Poročilo mednarodne žirije BIO 20, povzeto dne 15. 6. 2007 po [http://portal.bio.si/fileadmin/bio/BIO20\\_PoročiloZirije.pdf](http://portal.bio.si/fileadmin/bio/BIO20_PoročiloZirije.pdf),

<sup>45</sup>Gorenje že tretjič prejelo nagrado Plus x Award, povzeto dne 15. 6. 2007 po <http://www.gorenjegrup.com/18?id=18&call=true&nid=277>

Ito Morabito, rojen leta 1977 v Marseillu, je sin znanega oblikovalca in trgovca luksuznih predmetov in nečak Yvesa Bayarda, arhitekta. Njegov začetek ni bil obetajoč. Po le enem letu študija oblikovanja so ga izključili. Sprva je delal pri nekem arhitektu in oblikovalcu čevljev, nato pa je vzel stvari v svoje roke. Že pri svojih 21. letih je zasnoval prvo virtualno blagovno znamko Ora-Ito. To pomeni, da je izdeloval fiktivne predmete za različne znamke, recimo torbe za prenosne računalnike Apple, oglase za torbice Louis Vuittona, Guccijeve čevlje idr.

Fikcija je postala realnost, ko so ljudje začeli naročati fiktivne predmete na njegovi strani. V tem času so tudi velike znamke izvedele za njegovo zlorabo in zaradi navdušenja ljudi opustile namero tožbe in ga raje najeli.

Nase je opozoril z vizijo Pariza 2010. Prikazal ga je kot last velikih korporacij, recimo Slavolok zmage je Nikeov tridimenzionalni reklamni pano in Eiffelov stolp kot last Yves Saint Laurenta.

Leta 2002 je prejel "oskarja za najboljšo embalažo" steklenice piva Heineken, ki je izdelana iz aluminija.

Inovativna je tudi njegova oblikovalska rešitev steklenice za vodo, obogateno s kisikom "Ogo", ki ni vertikalna, ampak je okrogla. Navdih mu je bila sama molekula kisika.

Sicer pa je doslej sodeloval s priznanimi svetovnimi blagovnimi znamkami, kot so Adidas, Joop, Alain Mikli, Levi's, Artemide, B&B, Capellini ..., in sedaj Gorenje.

Svoj oblikovalski stil imenuje Simplexity. To pomeni preprosto in hkrati kompleksno, vse, kar je odvečno, je odstranjeno. Pravi, da je na prvi pogled enostavno oblikovanje, a je proces do končnega produkta vseeno zelo kompleksen.<sup>46</sup>

Oblike gospodinjskih aparatov, ki jih je oblikoval za Gorenje, so elegantne, čiste, preproste in minimalistične, aparati pa tehnološko dovršeni. Gre za trendovsko kolekcijo gospodinjskih aparatov, ki jo odlikujejo dovršene oblike pečic, kuhališč, nap, hladilno-zamrzovalnih aparatov in dekorativnih plošč za mikrovalovne pečice ter pomivalne stroje. Ito Morabito upa, da bo postala kuhinja prihodnosti. Novost je oblikovanje v večinoma črni barvi, kar ni ravno običajno.<sup>47</sup>

<sup>46</sup>Ora Ito, povzeto dne 15. 6. 2007 po <http://www.designboom.com/eng/interview/oraito.html>,

<sup>47</sup>Nova prihodnosti - kolekcija Gorenje Ora - Ito klasika kuhinje, povzeto dne 15. 6. 2007 po <http://www.gorenje-oraito.com/si/flash.asp>

## ::Zakaj bi bili le beli?

Danes se vedno več podjetij gospodinjskih aparatov ukvarja z idejo, da aparati ne bi bili več le beli.

Eno teh podjetij je Electrolux, ki ima posebno linijo aparatov, ki se imenujejo "vojna proti belini". Potiskani so s tremi različnimi vzorci. Že omenjeni Henrik Otto pravi, da se čudi, zakaj je izbira barv tako ozka. Večinoma imaš na izbiro belo in srebrno kovinsko barvo, medtem ko imaš, recimo v modi, neomejeno izbiro. Moda je za Otta način izražanja samega sebe in ne vidi razloga, zakaj to ne bi valjalo tudi za aparate.<sup>48</sup> Jeseni leta 2007 so predstavili novo linijo gospodinjskih aparatov v zeleni, oranžni, zlati in vijoličasti barvi. Vsi aparati iz te linije pa imajo še zgornjo ploskev potiskano z unikatnimi vzorci in kot pravi oblikovalka, so to naredili, ker barve v ljudeh zbujajo čustva.<sup>49</sup>

## ::ZAKLJUČEK

Za konec bi le dodala misel Mandokijeve, da nasprotje estetskega ni grdo, ampak apatično, nasprotje igre ni resnost, ampak avtomatičnost. Aparati se ne igrajo, le opravljajo programirane gibe.<sup>50</sup>

Kljub temu pa se tudi v oblikovanju gospodinjskih aparatov pojavljajo nove smernice. Omenila sem že novo linijo Gorenja Qube. Katya Mandoki bi se verjetno strinjala, da gre za periferične produkte, ki niso umetniški, so pa umetnosti podobni, saj pravi, da iz umetnosti ne moremo izključiti del, ki imajo domišljijo za svoj simbol.<sup>51</sup>

<sup>48</sup>Kovačič, H.(2005), Poznate večji užitek kot skuhati večerjo?, *Ona*, oktober, 2005, str. 22.Otto, H.(2006): Mixing fashion and appliances, povzeto dne 24. 2. 2006 po <http://www.e2-home.com/node335.aspx>

<sup>49</sup>NEDELO, 16. 9. 2007, leto XII, št. 37., str. 25.

<sup>50</sup>Mandoki, K.(2007): *Everyday Aesthetics. Prosaics, the Play of Culture and Social Identities*, Wiltshire: Ashgate, str. 93

<sup>51</sup>Prav tam, str. 272.



## ::LITERATURA

- Cirman, P. (2006): Franjo Bobinac. Direktor Gorenja. Američani vedo, da je hladilnik pomemben tudi za lepljenje sporočil, *Sobotna Priloga*, 9. 12. 2006, str. 10, 11.
- Dormer, P. (1993): *Design since 1945*, London : Thames and Hudson.
- Featherstone, M. (1991): *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage.
- Forty, A. (1986): Objects of desire. Design and society 1750-1980 1986, London: Thames and Hudson.
- Gorenje navdihuje, povzeto 24. 2. 2006 s strani <http://www.gorenje.si/novice?id=149&all=true&nid=411>
- Gorenje že tretjič prejelo nagrado Plus X Award, povzeto dne 15. 6. 2007 s strani <http://www.gorenjegroup.com/18?id=18&all=true&nid=277>
- Gorenje prejelo nagrado "Dobra zasnova BIO" za konceptualni projekt White Qube, povzeto 29.4. 2009 s strani [http://www.gorenjegroup.com/si/za\\_medije/sporocila\\_za\\_javnost?aid=1096](http://www.gorenjegroup.com/si/za_medije/sporocila_za_javnost?aid=1096),
8. Gorenje predstavilo koncept QUBE, revolucija v opremljanju sodobnih ambientov prihodnosti, povzeto 29.4. 2009 s strani [http://www.gorenjegroup.com/si/za\\_medije/sporocila\\_za\\_javnost?aid=936](http://www.gorenjegroup.com/si/za_medije/sporocila_za_javnost?aid=936)
- Hillier, B. (1998): *The style of the Century. Second Edition*, London: The Herbert Press.
- Jenko, R.(2006): Oblikovalec je vse prej kot umetnik, povzeto dne 24. 2. 2006 s strani <http://www.gorenje.si/8749>
- Katalogi Gorenje: Gorenje Pininfarina. Design that lasts.
- Katalogi Gorenje: Vgradni aparati Jesen-Zima 2005.
- Kovačič, H. (2003), Janez Smerdelj. Oblikovalec našega doma, v: *Ambient*, II/ 45, Ljubljana, str. 30-35.
- Kovačič, H. (2005), Poznate večji užitek kot skuhati večerjo?, *Ona*, oktober, 2005, str. 21, 22
- Lefebvre, H. (2005): *Critique of everyday Life, Volume III. From modernity to modernism(towards a metaphilosophy of daily life)*, London: Verso.
- Mandoki, K. (2007): *Everyday Aesthetics. Prosaics, the Play of Culture and Social Identities*, Wiltshire: Ashgate.
- Nova prihodnosti - kolekcija Gorenje Ora - Ito klasika kuhinje, povzeto dne 15. 6. 2007 s strani <http://www.gorenje-oraito.com/si/flash.asp>
- Olympic cauldron, povzeto 14. 6. 2007 s strani <http://extra.pininfarina.com/>,
- Ora Ito, povzeto dne 15. 6. 2007 s strani <http://www.designboom.com/eng/interview/oraito.html>
- Otto, H. (2006): Mixing fashion and appliances, povzeto dne 24. 2. 2006 po <http://www.e2-home.com/node335.aspx>
- Pininfarina, P. (2007), "Ljudje so se v zadnjih letih zelo razvili", povzeto dne 14. 6. 2007 s strani <http://www.gorenjegroup.com/121>
- Plus X Award 2004, povzeto dne 15. 6. 2007 s strani <http://www.gorenjegroup.com/279>
- Plus X Award 2007, povzeto dne 15. 6. 2007 s strani <http://www.gorenjegroup.com/default.asp?id=2434>
- Plus X Award 2005 (2007), povzeto dne 15. 6. 2007 s strani <http://www.gorenjegroup.com/131>,
- Pomivalni stroj, povzeto dne 20.3. 2008 s strani <http://www.uspto.gov/web/offices/com/speeches/01-62.htm>
- Poročilo mednarodne žirije BIO 20, povzeto dne 15. 6. 2007 s strani [http://portal.bio.si/fileadmin/bio/BIO20\\_PorociloZirije.pdf](http://portal.bio.si/fileadmin/bio/BIO20_PorociloZirije.pdf),
- Red Dot Design award, povzeto dne 24. 2. 2006 s strani <http://www.gorenje.si/reddot> ,
- Slikovni material, *Ambient*, II/45, 2003, str. 74, 75.
- Smerdelj, J.(2006), "Vsakdo lahko reče jaz imam dober dizajn", povzeto 24. 2. 2006 s strani: <http://www.gorenje.si/8747>
- Zec, P.(2006): Oblikovanje je postalo zapleten posel. Vse se vrti okoli podrobnosti , povzeto dne 24. 2. 2006 s strani: <http://www.gorenje.si/8748> .