

100 STVARI (100 DINGE)

OSNOVNE INFORMACIJE

Zemlja i godina proizvodnje: Njemačka, 2018.

Trajanje filma: 110'

Režija: Florian David Fitz

Scenarij: Florian David Fitz

Kamera: Bernhard Jasper

Montaža: Denis Bachter, Ana de Mier y Ortuño

Oblikovanje zvuka: Max Bauer, Christian Bischoff, Stephan Fandrych, Achim Hofmann, Luise Hofmann

Glazba: Josef Bach, Arne Schumann

Kostimografija: Metin Misdik

Uloge: Florian David Fitz, Matthias Schweighöfer, Miriam Stein, Hannelore Elsner, Wolfgang Stumph,...

Producent: Daniel Sonnabend

Hrvatska distribucija: 2iFilm

Najava filma: <https://www.youtube.com/watch?v=mcr7aDXgF7E>

Prikladno za uzrast: I. – IV. razred SŠ

Korelacija s nastavnim predmetima: hrvatski jezik, njemački jezik, sociologija, psihologija, filozofija, etika, vjeronauk, biologija

Teme za raspravu: komedija, prijateljstvo, konzumerizam, kompulzivno kupovanje, oklada, adolescencija, tehnologija, umjetna inteligencija, potraga za srećom, materijalno/nematerijalno, tvrdoglavost, želja za pobjedom, ljubav



KRATKI SADRŽAJ

Dvojica najboljih prijatelja imaju svoju start-up firmu i razvijaju novu aplikaciju. Toni voli svoj aparat za kavu. Paul obožava svoj pametni telefon. Toni ne može ništa bez svojih tableta za rast kose. Paul ne može funkcionirati bez Amazona, mobilnih aplikacija i svih svojih tenisica. Jedan ne može preživjeti dan bez drugoga, ali se isto tako svaki dan natječu tko je veći frajer. Sve se promijeni kad se nađu u svojim stanovima bez ijedne stvari, goli do kože. Tad započinje prvi od 100 dana oklade koju su donijeli – odriču se svih stvari koje posjeduju i svaki dan dobivaju samo jednu natrag. Koliko stvarno trebamo sve te stvari koje posjedujemo i tko i što smo bez njih? Najednom, svakodnevni život postaje iznimno kompliciran, a bio bi vrlo jednostavan za obojicu da nemaju goruću želju za pobjedom.

REDATELJ

Florian David Fitz rođen je 20. studenog 1974. u Münchenu, Bavarska, Njemačka. Dolazi iz filmske obitelji, srednju školu je završio u Sjedinjenim Američkim Državama te je na Bostonskom konzervatoriju studirao dramu i glazbu. Nakon diplome, godinu dana radi u New Yorku, a potom se vraća u Njemačku. Od tada glumi u brojnim televizijskim formatima i igranim filmovima. Napisao je scenarij za uspješan film iz 2010. godine, *Vincent Wants to Sea*. U ovoj filmskoj adaptaciji pod redateljskom palicom Ralfa Huettnera Floriana, David Fitz je također preuzeo i glavnu ulogu.

Za svoju glumu Fitz je nagrađen brojnim nagradama. Između ostalog, 2001. godine dobio je nagradu Rising Movie Talent za seriju *Verdammt verliebt (Prokleta ljubav)* te nagradu Adolfa Grimmea za *Moje ludo tursko vjenčanje* 2007. godine. 2012. godine debitirao je kao redatelj s filmom *Jesus Loves Me* (2012), a nakon toga uslijedili su filmovi *The Most Beautiful Day* (2016) i *100 Things* (2018), u kojima također igra i jedne od glavnih uloga.



VIŠE O FILMU

„100 stvari“ postavlja pitanje kako 100 dana bez robe, namještaja itd. S jedne strane, kritizira konzumerizam, a s druge, to je komercijalna njemačka komedija koja se diljem Europe mahom prikazuje u multipleksima unutar šoping centara. (Marko Njegić, www.slobodnadalmacija.hr)

Prekrasna je to priča o prijateljstvu koje ipak prevlada. To je i oda ljubavi i svih vrsta ljubavi bez obzira što se sve ne spominju. „Ljubav na kraju pobjeđuje“ je prekrasna pozitivna poruka filma. Na kraju filma shvatit ćemo s koliko lijepih emocija i nasmijani izlazimo iz kino dvorane. Ovo je pravi feel good film. (Hrvoje Telišman, www.perun.hr)

Film počinje s usporedbom naših predaka, koliko su stvari posjedovali, a koliko ih mi imamo danas. Uvodi nas u priču o dva prijatelja, koja žive modernim konzumerističkim životom; rade u start-up firmi te razvijaju novu aplikaciju, posjeduju najnovije tehnologije, ovisni su o kupovanju, njihovo jutarnje spremanje, ali i životni stil, im se sastoji od pregršt malih detalja. Tako Paul, informatički stručnjak, ima kolekciju tenisica, ovisan je o svojoj aplikaciji Nana (prilično slična poznatoj aplikaciji Siri) te šoping i kupnji najnovijih proizvoda i/li modela. Toniju, ekonomskom stručnjaku, je bitan društveni status i uspjeh u karijeri te vidimo kroz film da je otišao i korak dalje kada je bez Paulovog znanja iskoristio aplikaciju kako bi preuzimao podatke korisnika, što nas ujedno asocira na događaje današnjice (prisjetite se Facebook afere s prikupljanjem podataka). U filmu se također pojavljuje lik Davida Zuckermana, koji je jednim dijelom kritika lika i djela Marka Zuckerberga.

Tijekom slavlja svog uspjeha oko aplikacije, Paul i Toni sklapaju okladu da mogu izdržati 100 dana bez svojih stvari. Onaj koji uspije u tom naumu, dobiva kao nagradu i suparnikov udio u firmi. U okladu uključuju i svoje suradnike, koji aktivno sudjeluju u ispunjavanju oklade. Sve svoje stvari zaključavaju u garaži izvan zgrade. Prvi dan počinju s nula stvari, potpuno goli u praznom stanu. Krajem svakog dana vraćaju po jednu stvar po njihovom odabiru. Otkrivamo koji su prioriteti glavnih likova, u trenucima kada moraju odlučiti koju će stvar vratiti taj dan. Jesu li hlače bitnije od cipela? Kada će uzeti mobitel?

Ključan preokret u radnji se događa pojavljivanjem misteriozne Lucy, djevojke s problemom kompulzivnog kupovanja, koju upoznaju u garažama. Lucy se sviđa Toniju, ali i Paulu te ona ugrožava ne samo okladu, već i njihovo prijateljstvo. No, njezin lik ujedno i pomaže dvojici prijatelja da shvate što je uistinu važno. Osim prijateljske ljubavi, film prikazuje uspjeh življenja bez većine nepotrebnih stvari.

Redatelj i scenarist filma Florian David Fitz ujedno utjelovljuje jednog od glavnih likova, Paula, a njegovog prijatelja Tonija, glumi kolega i prijatelj u privatnom životu Matthias Schweighöfer (Toni). Ovaj dvojac se već pojavio u filmu *The Most Beautiful Day* (2016).



PRIJEDLOG OBRADE FILMA NA SATU

FILMSKI ROD I ŽANR

Ovaj film je po filmskom rodu igrani film, po trajanju dugometražni, a po žanru komedija. **Komedija je filmski žanr u kojem je naglasak stavljen na humor.** Filmovi u ovom stilu imaju sretan završetak (uz iznimku crne komedije). Komedija je jedan od najstarijih filmskih žanrova: neki od prvih nijemih filmova bile su komedije (primjerice *Poliveni poljevač* L. Lumièrea, 1896). Za razliku od ostalih žanrova, komedija više stavlja naglasak na pojedine zvijezde pa su se mnoge zvijezde stand-up komedije okrenule filmu zbog svoje popularnosti. **Iako su mnoge komedije filmovi s lakim temama kojima je jedina svrha zabaviti gledatelja, neke sadrže politički ili društveni komentar.**

Prema načinu na koje ostvaruju komični dojam, komediju dijelimo na:

- **komediju karaktera** (komična situacija koja nastaje zbog karaktera koji su smiješni zbog neke svoje mane ili zbog pretjeranosti)
- **komedija intrige** (komični efekti koji su nastali na temelju zapleta koji je proizašao zbog nepažnje, nerazumijevanja ili nesporazuma)
- **komedija situacije** (komični efekt proizlazi iz neobičnih, nepredviđenih i neočekivanih situacija)
- **komedija konverzacije** (komične situacije mogu se uočiti u razgovorima, bilo da su oni duhoviti, bilo da postoji igra riječi ili se radi o zanimljivim i humorističnim dosjetkama)

Film *100 stvari* se može svrstati u **komediju situacije**, u kojoj se glavni junaci nađu u neobičnom okruženju što dovodi do najviše humorističnih situacija. Poznate komedije situacije su: *Tootsie* (1982), *Veliki* (1988), *Policijska akademija* (1984),...

U drugom dijelu filma, s pojavom Lucy i njezina odnosa s Tonijem, dolazi do elemenata romantične komedije u filmu. **Romantična komedija** ili, rjeđe, ljubavna komedija, je izraz koji u svoj najširem smislu označava sva scenska djela koja pripadaju žanru komedije s time da u njima **značajan element zapleta predstavlja ljubavni odnos ili osjećaji dvoje glavnih protagonista.** U svom užem, odnosno mnogo češće korištenom smislu, pod time se podrazumijeva specifičan filmski žanr koji kombinira žanrovske odrednice filmske komedije i ljubavnog filma. U svojem još užem smislu se pod time podrazumijeva filmski žanr s neslužbenim pravilima koji se etablirao u klasičnom Hollywoodu, a za kojeg se ponekad koristi i engleska skraćenica rom-com (od riječi romantic comedy).

Romantična komedija je podžanr koji se obično bavi razvojem veze između muškarca i žene. Stereotipna priča obično je podijeljena na tri dijela: „dečko upoznaje djevojku“, „dečko izgubi djevojku“, „dečko ponovno osvaja djevojku“. Naravno, postoje nebrojene varijante ove priče, a većina bezbrižnih komedija počiva na društvenim interakcijama i seksualnim tenzijama između para. Poznati primjeri ovog stila filma su *Divan život* (1939), *Trgovina iza ugla* (1940), *Sabrina* (1954), *Kad je Harry sreo Sally* (1989), *Zgodna žena* (1990) i *Četiri vjenčanja i sprovod* (1994).



(ANTI) KONZUMERIZAM

Konzumerizam je pojam kojim se opisuje stav prema kojemu sreća nekog pojedinca ovisi o konzumaciji dobara i usluga, odnosno posjedovanju materijalnih dobara. Odnosi se na pretjeranu težnju za posjedovanjem i kupnjom stvari. U ekonomskoj znanosti, konzumerizam predstavlja **ekonomske politike, kojima je cilj potaknuti potrošnju, odnosno stav prema kojem slobodan izbor potrošača treba diktirati ekonomsku strukturu društva.** Konzumerizam je također organizirani pokret građana i vladinih agencija s ciljem zaštite potrošača, unapređenja prava i snage potrošača u odnosu prema prodavačima. Uspon konzumerizma počeo je početkom 1960-ih u SAD-u, a vrhunac je imao prije ekonomske krize u 2010.-tima. Glavna mjesta konzumerizma su trgovački centri. Proizvođači dobara nastoje potaknuti povećanu kupovinu korištenjem marketinga, reklamom proizvoda, u čemu veliku ulogu imaju mediji. Uspjeh konzumerizma temelji se na uvjerenju, da roba daje značenje pojedincima i njihovim ulogama u društvu. **Globalizacija je pospješila razvoj konzumerizma, koji je pridonio većoj konkurenciji, kvaliteti i ponudi proizvoda, ali i dehumanizaciji društva.** Mnoge stvari koje ljudi kupuju služe kao umjetni oblik sigurnosti te mnogi svoju vrijednost vežu uz stvari koje kupuju. Rast bruto društvenog proizvoda nameće se kao glavno mjerilo ekonomskog stanja neke zemlje pa se na sve načine nastoji potaknuti potrošnja, a time **potrošački mentalitet, konzumistička filozofija, kao način života koji se zadovoljava gomilanjem nepotrebnih materijalnih dobara.**

Anti-konzumerizam je sociopolitička ideologija koja se suprotstavlja konzumerizmu, konstantnom kupovanju i konzumiranju materijalnih dobara. Anti-konzumerizam se bavi utjecajem korporacija na društvo, s njihovim financijskim i ekonomskim ciljevima, posebno iz pogleda zaštite životne sredine, socijalne stratifikacije i etike. Politički gledano anti-konzumerizam se preklapa s ekološkim aktivizmom, antiglobalizacijom i aktivizmom za prava životinja, štoviše, konceptualna varijacija anti-konzumerizma je postkonzumerizam, način življenja koje je alternativa konzumerizmu.

KOMPULZIVNO KUPOVANJE

Kompulzivno kupovanje je sinonim riječi oniomanija, od grčkih riječi onios = za prodaju i mania = neumjerenost, ludost. Definicija ovog pojma predložena od McElroy-a i suradnika (1994) te glasi: „**Kompulzivno kupovanje je maladaptivna preokupacija kupovanjem, koja uključuje učestalu zaokupiranost kupovanjem ili impulsima da se nešto kupi pri čemu je poriv snažan i ponavljajući.**“ Preokupiranost kupovanjem, kao i popratni impulsi i ponašanje, uzrokuju značajne posljedice, koje utječu na socijalno i radno funkcioniranje ili rezultiraju financijskim problemima, a ne događaju se za vrijeme manije (faza u okviru bipolarnog afektivnog poremećaja). **Oniomaniju od zdrave kupnje razlikuje kompulzivna, destruktivna i kronična priroda kupovanja. Kupovanje može biti pozitivan način samo ekspresije, dok patološko kupovanje može biti opasna prijetnja egzistenciji te posljedično dovesti kao i svaka druga ovisnost, do oštećenja socijalnih, materijalnih te obiteljskih vrijednosti i obaveza.** Bolest je prepoznata i opisana još 1924. g. od strane Emila Kraepelina te je Bleuler Kraepelin u svojoj studiji ustvrdio i eksperimentom dokazao da sam čin kupovine donosi kratkotrajno olakšanje - izmjerio je električne aktivnosti u mozgu u području mozga odgovornom za razumno razmišljanje i postupke. Otkrio je da je dio mozga koji upravlja lijepim osjećajima tijekom kupovine preaktivan.

Epidemiologija poremećaja ukazuje da je poremećaj poprilično učestao - u SAD-u boluje 5-10 posto ljudi, a 80 posto oboljelih su žene. **Ispoljava se najčešće u adolescenciji, a obilježava je i kronični karakter; u samoj osnovi leži impulzivnost i gubitak kontrole nad nagonima. Nije ograničen samo na ljude koji troše iznad svojih mogućnosti, već uključuje i osobe koje provode puno vremena u kupnji i koje kronično razmišljaju o kupovini stvari koje uglavnom ne koriste.**

Iako je inicijalno uzrokovano blagom potrebom da bi se osjetili posebnim i manje usamljenim te da se poboljša osnovno raspoloženje, **kompulzivno kupovanje izaziva čitav krug raznih podražaja i emocija - s vrhuncima i padovima kao i kod drugih ovisnosti - nakon prvotnog i privremenog osjećaja sreće, ispunjenosti, euforije i olakšanja, ubrzo uslijede osjećaji razočarenja i krivnje, što potakne novi krug postupaka da se to stanje popravi i da se stekne osjećaj posebnog identiteta.** Naknadno ovisna osoba ponovno proživljava negativne emocije, ljutnju i stres, uslijedi žaljenje i depresija, što vodi u poriv za novim trošenjem i otvara novi začarani krug ovisnosti i ovisničkog ponašanja. Ovisnost se kao i mnoge druge najčešće skriva. Kako dugovi rastu, kupljena se dobra skrivaju ili uništavaju, jer se oboljela osoba srami svoje ovisnosti, a cijena ovisnosti raste u mentalnom, financijskom i emocionalnom smislu. Razna ponašanja kojima se prikriva kompulzivna kupovina kvare interpersonalne odnose, narušavaju povjerenje te dugoročno ruše osjećaje osobnog dostojanstva i samopoštovanja. Posljedice zaostaju i dugo nakon troška te mogu biti devastirajuće - razaraju brakove, izazivaju i podrivaju financijske i egzistencijalne probleme, uzrokuju anksioznost i osjećaj da život izmiče kontroli.

Za postavljanje dijagnoze potrebno je prepoznati karakteristične i ponavljajuće obrasce ponašanja - kupovina se obavlja u trenucima kada je osoba sama, usamljena, loše raspoložena, nervozna, ljuta , osoba osjeća intenzivnu sreću ili euforiju neposredno nakon kupovine, osjeća paniku u nedostatku novca ili kreditne kartice, osjeća stid ili krivice nakon kupovine, kupuje karticom ili na kredit radije nego gotovim novcem, prilikom kupovine poklona za drugu osobu obavezna kupuje i za sebe, skriva stvarne cijene proizvoda i svađa se s članovima obitelji zbog potrošenog novca.

Liječenje uključuje osvješćivanje i priznavanje ovisnosti kroz edukaciju, terapiju, grupni rad. Koriste se psihofarmaci, prvenstveno selektivni inhibitori ponovne pohrane serotonina (fluvoksamin, citalopram, te opioidni antagonisti naltrekson). Od psihoterapijskih pravaca, preporučuju se kognitivno-bihevioralna terapija te psihoanalitički oblici psihoterapije.

(preuzeto sa: <https://www.zdravobudi.hr/clanak/1159/kompulzivno-kupovanje-ovisnost-modernog-doba>)

PITANJA I ZADACI ZA UČENIKE/CE

Nakon gledanja filma i emocionalne stanke učenika/ica, nastavnici/ice bi trebali /e izdvojiti osnovne teme koje se prožimaju kroz cijeli film. Film sadrži čitav raspon tema za raspravu, kao na primjer komedija, prijateljstvo, konzumerizam, kompulzivno kupovanje, oklada, adolescencija, tehnologija, umjetna inteligencija, potraga za srećom, materijalno/nematerijalno, tvrdoglavost, želja za pobjedom, ljubav. Nakon što učenici iznesu svoje doživljaje, uslijedila bi istraživačka rasprava kroz niz pitanja i tema koje nameće ovaj film.

- Kako vas se dojmio film? Koje je osjećaje u vama pobudio?
 - Što vam se svidjelo u filmu, a što nije?
 - Koje scene su vas najviše nasmijale?
 - Koji vam je prizor bio najupečatljiviji u filmu? Što se u njemu događa?
-
- Kakvog je filmskog roda i žanra film? Definirajte filmski žanr ovog filma.
 - Koje podvrste komedije poznajete?
 - Što je romantična komedija? Navedite romantične elemente u filmu.
 - U kojoj se zemlji odvija radnja filma?
 - Kada se zbiva radnja filma?
 - Koja je tema filma? Većina priča, bilo da je riječ o romanu, filmu ili stripu, sastoji se od svojeg početka, sredine i kraja. Na koliko dijelova možemo podijeliti filmsku priču? Koji su prijelomni trenuci u ovom filmu? Odredite redoslijed događaja i svakom dijelu filmske priče pridajte naslov. Shemu možete nacrtati na ploči.
 - Odgovorite i prokomentirajte pitanja koja se prožimaju kroz film: Koliko nam je stvari potrebno da bismo bili sretni? Što smo mi bez stvari? Da li je sreća određena našom imovinom? Treba li nam novac za sreću? Da li je moguće živjeti bez stvari u današnjem svijetu?
 - Gledajući ovaj film, koja su vam se razmišljanja i pitanja «motala» po glavi?
 - Što vam se u filmu čini realističnim?
 - Kakav je prostor, interijer, ambijent? Kakva je atmosfera?
 - Što biste rekli o glumi u filmu? Djeluju li vam glumci prirodno?
 - Što je konzumerizam?
 - Pojasnite pojam kompulzivnog kupovanja.
 - Kakav je život aktera na početku filma? A na kraju? Što su spoznali i što su sve prošli tijekom svoje oklade? Opišite u nekoliko natuknica.
 - Prokomentirajte Paulovu izjavu Toniju: *Mislimo da smo najbolji prijatelji, a u biti se samo dugo poznajemo.* Da li se na kraju ova izjava ispostavila točnom? U kakvom

trenutku ju je izrekao? Jeste li imali slične situacije s prijateljstvom? Kako su se završile?

- Kako izgleda Paulov bijeg u prirodu? Pomoću čega ga Toni pronalazi?
- Što je Paul najviše od svega zamjerio Toniju? (odnos s Anom Kloskom) Jeste li očekivali da će to biti najveći problem u njihovom prijateljstvu (nakon svega)? Zašto? Zašto mu je Toni preteo djevojku? (Jer je zavidio Paulovom životu).
- Kako Paulov otac doživljava njihovu situaciju bez stvari? Opišite scenu. (Ne zna da je to oklada nastala iz pijanstva, vidi to kao političku poruku protiv konzumerizma)
- Kako biste okarakterizirali glavne likove? Što imaju zajedničko, a po čemu su različiti, kakve su im preferencije i sklonosti?
- Tko je misteriozni lik u filmu? Što otkrivamo o njoj kasnije? S čime se ona bori? Vjeruje li Toniju?
- Koliko je stvari Paul posjedovao prije oklade? (10.000)
- Jeste li gledali koji film slične tematike, s okosnicom (anti)konzumerizma? Preporuka za gledanje: Klub boraca (Fight Club, 1999.), redatelja Davida Finchera, temeljen na knjizi Chucka Palahniuka. Film daje kritiku konzumerističkog društva, prvenstveno kroz glavnog lika/likove. Glavni akter je tipična žrtva konzumerističke i narcističke kulture kojoj svakodnevicu osim posla čine IKEA i njezini katalozi u stanu punom nepotrebnih stvari, poput stolića s yin-yang uzorkom. Njegov problem nesanicice simbol je dezorijentiranosti, ubrzanog životnog tempa i zatrpanosti foteljama, automobilima, odijelima koja, tako nalaže društvo, jednostavno moramo imati. Film obiluje raznim referencama i citatima, a jedan od poznatijih je: „Stvari koje posjeduješ na kraju posjeduju tebe.“ Što mislite o ovome citatu? Slažete li se s njim? Prodiskutirajte u razredu.
- Koliko primjera ljubavi ima u filmu? (prijateljska ljubav, Toniјеva ljubav prema djevojci Lucy, ljubav prema obitelji; Paulov odnos s roditeljima i bakom,...)
- Kako se Toni mijenja kroz film? (prisjetite se njegovih neozbiljnih ljubavnih odnosa do odnosa s Lucy, trenutaka s početka kada mu je izgled bitan, pa do kraja filma gdje odbacuje leće i nosi naočale...)
- Prokomentirajte Paulove izjavu u ime mlađe generacije pričajući s bakom koja je bila gladna u Drugom svjetskom ratu (a ona smatra da su bez nje njezine stvari samo predmeti): *Nisi imala ništa i bila si sretna. Mi imamo sve. Možemo jesti što god želimo i kad god želimo. Nemamo razloga biti nesretni.*
- Na što će se fokusirati Paul i Toni nakon oklade? S čime će se baviti njihova firma?
- Koja je, po vama, glavna poruka filma?
- Kojom bi ocjenom od 1 do 5 ocijenili ovaj film? Obrazložite svoju ocjenu i napišite kritiku odgledanog filma.

IZVORI:

- https://www.imdb.com/title/tt8129794/?ref=ttfc_fc_tt
- <https://www.blitz-cinestar.hr/cinestar/100-stvari/6055>
- <https://www.moviepilot.de/people/florian-david-fitz>
- http://www.kinocritics.com/film_review.php?f=2995
- <https://www.slobodnadalmacija.hr/misljenja/cinemark/clanak/id/591569/100-stvari-kako-prezivjeti-100-dana-bez-konzumerizma>
- <http://www.perun.hr/100-stvari-100-things>
- [https://hr.wikipedia.org/wiki/Komedija_\(film\)](https://hr.wikipedia.org/wiki/Komedija_(film))
- https://sh.wikipedia.org/wiki/Romanti%C4%8Dna_komedija
- <https://hr.wikipedia.org/wiki/Komedija>
- <https://hr.wikipedia.org/wiki/Konzumerizam>
- <https://www.zdravobudi.hr/clanak/1159/kompulzivno-kupovanje-ovisnost-modernog-doba>

Rezervacije termina i dodatne informacije: Alice Borina, koordinatorica FUŠ-a
099 493 8354 / fus@kinovalli.net

Filmska ponuda i dodatne informacije: Tanja Miličić, voditeljica Kina Valli
052 222 703 / info@kinovalli.net

Edukativni materijali: Tamara Zec

Kako bi Kino Valli poboljšalo produkciju kvalitetnih filmskih naslova za djecu i mlade, voljeli bismo dobiti i povratnu informaciju učenika/ica, učitelja/ica i profesora/ica. Svoje osvrte i razmišljanja možete nam slati na fus@kinovalli.net.



Projekt FUŠ realiziran je uz potporu:



Studeni 2019.