

FEALI VAM PROS- TOR?

>>> ZADATAK RADIONICE

Open Design Studio 04
PROSTOR ZA KULTURU
05-09. 2009. / CK13, Novi Sad
www.opendesignstudio.net



Open Design Studio je organizacija koja se bavi istraživanjem i organizovanjem aktivnosti u oblasti vizuelne kulture i grafičkog dizajna. Od 5. do 9. oktobra projekat "Open Design Studio 04" baviće se rešavanjem aktuelnog problema kulture oglašavanja u javnom prostoru i kulturne politike grada Novog Sada. Prostori za oglašavanje su prepušteni isključivo tržišnom modelu, čime se onemogućava oglašavanje kulturnih institucija, organizacija i pojedinaca koji gube bitku sa komercijalnim i estradnim sadržajem. Sistem oglašavanja o kulturi predstavlja važan javni servis, čija regulacija, funkcionalnost i efikasnost mogu i moraju biti jasno regulisane. Očekuje se da će gradska uprava na osnovu našeg predloga shvatiti svoju odgovornost i potrebu za novim modelom oglašavanja o kulturi. Pred učesnike, studente arhitekture i grafičkog dizajna, se postavlja zadatak da tokom 5 dana radionice pronađu različite modele oglašavanja kulture i pri tom dizajniraju novi urbani mobilijar za javni gradski prostor. Čitav događaj prati serija javnih predavanja od strane domaćih i stranih stručnjaka iz oblasti medija, dizajna, arhitekture, kulturnog menadžmenta i drugih oblasti...

Pitanja za razmatranje teme

Na koji način se informišete o kulturnim dešavanjima u gradu?

Da li promocija kulture treba da se razlikuje od marketinga komercijalnih sadržaja i na koji način?

Koji su, po tvom mišljenju, dobro uređeni javni prostori u gradu?

Koji su po tvom mišljenju neiskorišćeni javni ili privatni prostori u gradu (ulice, raskrsnice, trgovci, zidovi, izlozi, prozori, ograde, fasade)?

Koji su to visokofrekventni prostori u gradu na kojima nedostaje informacija o kulturi i kulturnom dešavanju?

Na koji način je moguće spojiti urbani mobilijar i medij?

Kojim institucijama najviše fali promocije u gradu?

Da li bi kulturne ustanove na gradskom budžetu trebale da se promoviraju na isti način kao i nevladin sektor i manje i manje kulturne organizacije?

Program radionice

Ponedjeljak / 5.10.

10.00 - 13.00: predstavljanje projekta, tima, učesnika i teme, uvodna prezentacija o temi radionice, predstavljanje gostiju
13.00 - 14.00: ručak pauza
14.00 - 17.00: upoznavanje sa temom, diskusija sa gostima i formiranje radnih grupa

Utorak / 6. 10.

10.00 - 13.00: rekapitulacija prošlog dana, rad u grupama
13.00 - 14.00: ručak pauza
14.00 - 17.00: rad u grupama, diskusija

Sreda / 7.10.

10.00 - 13.00: rekapitulacija prošlog dana, rad u grupama
13.00 - 14.00: ručak pauza
14.00 - 17.00: rad u grupama, diskusija

Četvrtak / 8.10.

10.00 - 13.00: rekapitulacija prošlog dana, rad u grupama
13.00 - 14.00: ručak pauza
14.00 - 17.00: rad u grupama, diskusija

Petak / 9.10.

10.00 - 13.00: rekapitulacija prošlog dana, rad u grupama
13.00 - 14.00: ručak pauza
14.00 - 18.00: priprema prezentacije

Potrebni kontakti

vedrana bošković / 064 823 6466 / vedrana.boskovic@gmail.com
marko brkić / 063 545 627 / brkić87@yahoo.co.uk
katarina lukić balažikova / 062 571 281 / balazikova@kuda.org
milana dojčinović / 063 516 425 / dojcinovic.milana@gmail.com
igor zarol / 064 197 2454 / radaktata@gmail.com

Kulturna politika grada Novog Sada

Ideja organizovanja projekta je nastala iz potrebe rešavanja aktuelnog problema kulture oglašavanja u javnom prostoru i kulturne politike grada Novog Sada.

Prostori za oglašavanje su prepušteni isključivo tržišnom modelu po principu - ko ima više finansijskih sredstava može neograničeno da koristi bilo koje površine u gradu, čime se onemogućava oglašavanje kulturnih institucija i one gube bitku sa komercijalnim i estradnim sadržajem. Paralelno sa tim, dolazi do ilegalnog plakatiranja i postavljanja oglasa po fasadama, drveću... što rezultira sveukupnim vizuelnim загаđenjem grada.

Sistem oglašavanja o kulturi predstavlja važan javni servis, čija regulacija, funkcionalnost i efikasnost moraju i mogu biti jasno regulisane kao što je nedavno učinjeno sa sistemom parkiranja. Iz navedenih razloga, potrebno je obezbediti površine i prostore isključivo za kulturni program. Njihov sadržaj ne treba da diktira veličina budžeta ili profitni karakter programa koji se promoviraju, već njegovog kvalitet. S obzirom da je promocija i komunikacija kulturnog sadržaja od ključnog značaja za razvoj kulture, potrebno je da grad stane iza regulacije njenog medijskog prostora. Na ovakav način bi se oglašavale institucije i organizacije koje su na gradskom ili drugom javnom budžetu, organizacije koje se finansiraju iz različitih fondova kao i neformalne grupe, pojedinci i građani koji stvaraju kvalitetan sadržaj u umetnosti i kulturi.

Novi model informisanja o kulturi

Da bi medijske površine objektivno informisale o kulturnom sadržaju u gradu, trebalo bi da budu besplatne i na taj način ravnopravno dostupne svima koji ih koriste. Kapitalistički i tržišni model u kulturi ima svojih ozbiljnih ograničenja i često ne predstavlja adekvatan kulturni i umetnički kvalitet, a dugoročno onemogućava kulturni razvoj grada. To je bitno za sve korisnike koje su već na javnom budžetu ili finansiraju svoj program iz drugih izvora, koji imaju kvalitetan sadržaj, ali nedovoljno sredstava za promovisanje. Potrebno je takođe da se daje šansa i manjim kulturnim organizacijama i alternativnoj sceni, koja bi preko ovih novih medijskih prostora dobila isto toliko pažnje kao veliki gradski festivali, pozorišta, muzeji i galerije grada. Sadašnje stanje javnih medijskih prostora je daleko od idealnog. Oni su deo urbanog mobilijara grada koji sveukupno karakterišu nedostatak fleksibilnosti, interaktivnosti i savremenog dizajna. Svojim oblikom i funkcijom trenutni medijski prostori ne zadovoljavaju potrebe savremenog oglašavanja u informacionom veku.

Idejno rešenje i zadatak za radionicu

Ostaje na grafičkom dizajnu-predstavniku informacije i arhitekturi-njenom nosiocu, da svojom integracijom daju funkcionalno i kreativno rešenje novog modela medijskog oglašavanja i medijskih prostora za kulturu. Tokom četvrte radionice Open Design Studia, student i mentori iz oblasti arhitekture, urbanizma i grafičkog dizajna, će tražiti odgovore na pitanja: Kako spojiti urbani dizajn i medij za oglašavanje kulture? Na kojim lokacijama i na koje sve načine arhitekura može nositi informaciju? Koji su potencijali aplikacije grafičkog dizajna u 3D prostoru? Istraživanjem navedenih tema moguće je poboljšati dizajn trenutnih medijskih prostora, i sveukupnog urbanog mobilijara grada, a ujedno predstavljati alternativni prostor za oglašavanje čime bi se fasade i drveće vizuelno očistili.

Još jedan od velikih potencijala ovog projekta leži u lokacijama poput pijaca, parkova i javnih komunikacija. Ovakvi prostori su idealni za iznenađenje svakodnevnog prolaznika i režiranje bitnog momenta njegovog spontanog susreta sa oglasom o kulturi, koji bez obzira na svoj sadržaj podseća na to da se ona nalazi svuda, čak i tamo gde se najmanje očekuje. Redizajnom frekventnih javnih mesta čitav izgled i utisak Novog Sada bi se mogao podići na viši nivo.

Inventivnim pojmom grafičkog i arhitektonskog dizajna urbanog mobilijara, njihovim balansiranjem, uz preispitavanje potreba građana može se doći do korisnog i savremenog rešenja. Ispravni izbor metodologije i postupak dizajniranja je upravo zadatak radionice, tokom koje će se raditi na dizajnu i funkcionalnosti i pripreme idejnog rešenja projekta i njegove prezentacije /ideja, koncept, vizualizacije, aplikacije na lokacijama, 3d radni model od kartona, animacija/ za gradsku upravu Novog Sada. Očekuje se da će gradska uprava na osnovu našeg predloga shvatiti svoju odgovornost i potrebu za novim modelom oglašavanja o kulturi.